


 **Innovar**  **+**  **Grupo·epm**
 **Desafíos que transforman vidas** **2021** 
23 al 27 de agosto

**Un espacio
que fortalece la cultura
de la innovación**



A diverse group of young people, including men and women of various ethnicities, are smiling and pointing their fingers towards the camera. They are arranged in a circle, creating a sense of community and engagement. The background is a light, neutral color.

¿Cómo crear una empresa realmente
centrada en el cliente?

Hablemos de Experiencia



¿Cuándo fue la última vez que recibiste un trato tan grato y atento que te hizo sentir excepcional?





Experiencia del cliente

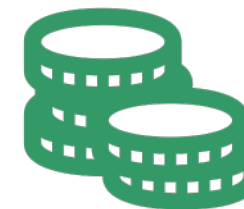
Es lo que nuestros clientes **piensan y sienten** después de interactuar con cualquier parte de nuestra empresa.

No podemos controlar por completo la experiencia de cliente por que implica dominar percepciones, emociones y comportamientos de los clientes. Pero si podemos prepararnos para ofrecer experiencias ideales y corregir aquello que daña a nuestros clientes... Y de eso se trata la Gestión de la Experiencia el cliente

Tomado de Wow customer experience

¿Por qué trabajamos en experiencia del cliente?

Cadena de valor de la experiencia del cliente



La experiencia

La emoción instala
un

El recuerdo condiciona
los

Las decisiones futuras

genera **emoción**

recuerdo

**comportamientos
decisiones futuras**

son **negocio**

- Producto
- Servicio
- Atención

- Recomendar
- Permanecer como cliente
- Ampliar productos
- Interés por la competencia

¿Cómo orquestar la experiencia del cliente?

- 1 PROMESA**
Definir una aspiración clara de la experiencia del cliente y un propósito común
- 2 OBSERVAR**
Comprender la interacción a través de los ojos del cliente
- 3 DISEÑAR**
Innovar de forma constante para atender a las necesidades de los clientes
- 4 LIDERAZGO**
El equipo directivo de la empresa lo tiene que creer, sentirlo y transmitirlo



- 5 EMPLEADOS**
Trabajar en la experiencia del empleado
- 6 QUICK WINS**
Ganancias tempranas para demostrar la creación de valor
- 7 PASIÓN**
Vocación, interés genuino por servir al cliente

¿Cómo venimos trabajando la experiencia en EPM?



Evaluamos la experiencia del cliente para identificar generadores de valor o dolor

Diseñamos experiencias centradas en el cliente buscando su satisfacción eficiencias y rentabilidad

Independientemente del rol que desempeñemos todos somos responsables de la experiencia del cliente



Cultura orientada a la experiencia del cliente

¿Qué tiene que ver nuestro propósito con la Experiencia del Cliente?

¿Cómo puedo ayudar?

“Todos sentimos que el sistema es muy grande para cambiarlo, **pero nosotros somos el sistema**”

“Seamos doctores de nuevo”

¿Qué tiene que ver nuestro propósito con la Experiencia del Cliente?

Lo que pensamos



+

Cómo actuamos



Experiencia emitida

¿Por qué el trabajo que hago es importante...

Para mí?



Genero Ingresos
Soy productivo
Desarrollo conocimiento
Obtengo experiencia

Para mi empresa?



Contribuyo a la sostenibilidad
Construyo soluciones
Soy el puente entre una promesa y una necesidad
Aporto al capital reputacional

Para mis clientes?



Impacto la vida de las personas a quienes sirvo



¿Tarea o Propósito?
¿ponemos ladrillos o construimos catedrales?

Hagamos realidad nuestra **experiencia** **soñada**

No perdamos de vista **nuestro propósito**

Imprimamos **valor agregado** al trabajo que realizamos

Pensemos cómo, desde el rol que desempeñamos, podemos **hacer más fácil y agradable la vida de las personas** que nos rodean.

Seamos el mejor representante que la empresa pudo elegir para relacionarse con sus clientes, **procurando siempre dejar en ellos, la mejor impresión.**

"Experiencia del cliente se trata de hacer pequeñas cosas ordinarias de manera extraordinaria"

Victor Koppers



¡Gracias!
por ser parte de la
comunidad Innovar +



Grupo.epm