



BEZEROEN  
ESPERIENTZIA  
EXPERIENCIA CLIENTE

urriak 26 octubre

27

EUROPAKO ASTEA  
SEMANA EUROPEA

2021 18-29  
URRIA • OCTUBRE

// KUDEAKETA AURRERATUA  
GESTIÓN AVANZADA //



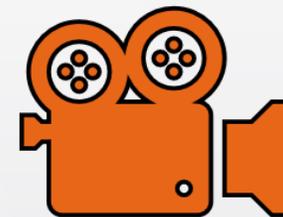
*Bezeroaren esperientzia*

Experiencia cliente



KUDEAKETA AURRERATUA  
**EUSKALIT**  
GESTIÓN AVANZADA

Urriak 26 octubre



Por favor, mantened  
apagado cámara y audio.  
Mesedez, mikrofonoa eta  
kamara itzali.  
Eskerrik asko

# 2021eko DATU OROKORRAK

## DATOS GENERALES 2021



- **43** ekitaldi/actos
- **61** antolatzaile/entidades organizadoras
- **2.500** parte-hartzaile/personas asistentes

# 2021eko ANTOLATZAILEAK ENTIDADES ORGANIZADORAS 2021



**ZABALTZEN LAGUNDU GAITZAZU!  
¡AYÚDANOS A DIFUNDIR!**



**#semanaeuropea21 /  
#europarastea21**

**EKITALDIEN PROGRAMA OSOA / PROGRAMA COMPLETO DE  
ACTOS**

**[www.euskalit.net/semana/programa.php](http://www.euskalit.net/semana/programa.php)**

# BILATU ETA KUDEATU BUSCADOR DE GESTIÓN



Las presentaciones utilizadas en este acto  
estarán disponibles en:

<https://www.euskalit.net/buscador>

Hemen, ekitaldian erabilitako aurkezpenak  
eskuragarri izango dituzue





# AGENDA

Presentación del grupo Experiencia Cliente - Breve descripción de la metodología y encuadre en el MGA – EUSKALIT

Diagnóstico de la Experiencia de Cliente en B2B en el País Vasco -Mondragon Unibertsitatea - Iñaki Fernández

El valor de las pequeñas cosas -EROSKI S. Coop.- Josu Madariaga y Azucena Gallardo

Más allá de la satisfacción del cliente- Laboral Kutxa-Egoitz Bergara

Busca el WOW – Igualatorio Médico Quirúrgico (IMQ) – Esther Zaballa

Preguntas

KUDEAKETA AURRERATUA  
**EUSKALIT**  
GESTIÓN AVANZADA



ORIGEN

 **DIMQ**  
Cuidamos de ti



## ¿DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO?

La experiencia del cliente o customer experience (CX) es un concepto que abarca todas las impresiones y sentimientos del cliente a lo largo de la experiencia que lo conecta con nuestro negocio. Son todas las **emociones experimentadas -por parte del cliente-** antes, durante y después de la compra, el uso o la relación con alguno de nuestros productos o servicios.



# ¿DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO?

Cultura centrada en el cliente

Estratégico y representada en el Modelo organizativo

Liderazgo y personas involucradas

Formación y recursos

Coordinación entre áreas, departamentos, procesos...(Comercial, Marketing, RRHH, Tecnología...)

Herramientas “clientecéntricas” (Design Thinking, Agile, Lean)

Medición (cumplimiento objetivos, detección de gaps)

# MGA-CX



Reto estratégico – Misión,  
Visión y Valores  
Información de tipologías de  
clientes  
Modelo organizativo

# MGA-CX

Reto estratégico – Misión, Visión y Valores  
Información de tipologías de clientes  
Modelo organizativo



Segmentación  
Herramientas para recogida de infor, diseño, puesta en marcha: focus group, entrevistas, viaje del cliente (puntos de contacto), CRM/Big data...  
Diferentes canales  
Procesos/sistemática  
Experiencia cliente en proveedores

# MGA-CX

Reto estratégico – Misión, Visión y Valores  
Información de tipologías de clientes  
Modelo organizativo



Segmentación  
Herramientas para recogida de infor, diseño, puesta en marcha: focus group, entrevistas, viaje del cliente (puntos de contacto), CRM/Big data...  
Diferentes canales  
Procesos/sistemática  
Experiencia cliente en proveedores

Cultura  
Formación  
Comunicación  
Empoderamiento

# MGA-CX

Reto estratégico – Misión, Visión y Valores  
Información de tipologías de clientes  
Modelo organizativo



Segmentación  
Herramientas para recogida de infor, diseño, puesta en marcha: focus group, entrevistas, viaje del cliente (puntos de contacto), CRM/Big data...  
Diferentes canales  
Procesos/sistemática  
Experiencia cliente en proveedores

Cultura  
Formación  
Comunicación  
Empoderamiento

Compromiso social  
Respeto medioambiental y sostenibilidad

# MGA-CX

Reto estratégico – Misión, Visión y Valores  
Información de tipologías de clientes  
Modelo organizativo

Nuevos productos/servicios  
Apoyo en nuevas herramientas tecnológicas



Segmentación  
Herramientas para recogida de infor, diseño, puesta en marcha: focus group, entrevistas, viaje del cliente (puntos de contacto), CRM/Big data...  
Diferentes canales  
Procesos/sistemática  
Experiencia cliente en proveedores

Cultura  
Formación  
Comunicación  
Empoderamiento

Compromiso social  
Respeto medioambiental y sostenibilidad

# MGA-CX

Big data  
Indicadores  
(satisfacción,  
recomendación,  
fidelidad,...)

Nuevos productos/servicios  
Apoyo en nuevas  
herramientas tecnológicas

Compromiso social  
Respeto medioambiental y  
sostenibilidad

Reto estratégico – Misión, Visión y  
Valores  
Información de tipologías de clientes  
Modelo organizativo



Segmentación  
Herramientas para recogida  
de infor, diseño, puesta en  
marcha: focus group,  
entrevistas, viaje del cliente  
(puntos  
de contacto), CRM/Big  
data...  
Diferentes canales  
Procesos/sistemática  
Experiencia cliente en  
proveedores

Cultura  
Formación  
Comunicación  
Empoderamiento

GUÍAS DE GESTIÓN

BUENAS PRÁCTICAS

SEMANA EUROPEA  
GESTIÓN AVANZADA -  
GESTIÓN EN CORTO

MGA, MARCOS Y  
OTROS MATERIALES

MARCOS

MODELO DE GESTIÓN AVANZADA

OTROS MATERIALES

EUSKALIT desarrolló en 2014 el Modelo de Gestión Avanzada (MGA) como un "espejo de referencia" para las organizaciones que buscaban avanzar en su gestión. El MGA es un modelo holístico que sirve para hacer una reflexión global de la gestión en organizaciones de todo tipo: grandes, pequeñas, públicas y privadas y de todos los sectores.

Una de las principales virtudes destacadas por las organizaciones con respecto al MGA es que es sencillo, riguroso y que aporta valor. El MGA juega un papel muy relevante al ayudar a realizar una reflexión estructurada de la gestión global de una organización, pero somos conscientes de que después de esa reflexión global las organizaciones tienen diferentes prioridades y es su decisión la de poner un foco detallado en unos elementos de la gestión más que en otros. Para atender a esa necesidad en EUSKALIT desarrollamos una estrategia de generar diferentes Marcos que, alineados con el MGA, permitiesen a las organizaciones profundizar más en diferentes ámbitos de la gestión.

Los Marcos que aparecen a continuación suponen una aportación en ese sentido y agradecemos a las personas y organizaciones que han colaborado con EUSKALIT en el desarrollo de los mismos.



CLIENTES

#### GUIA PARA MEJORAR LAS RELACIONES CON CLIENTES

*Guía para la reflexión sobre el modo de relacionarnos con clientes y mejorar nuestra gestión y resultados. Se desarrolla a través de preguntas, ejercicios y actuaciones sugeridas, para la búsqueda de respuestas eficaces. La tarea de relacionarse y conversar con las personas para las que trabajamos es un medio excelente para la mejora de la gestión y la innovación. La reflexión, comprensión y respuesta a sus necesidades y demandas nos ofrecen un elevado potencial de mejora.*

**Persona de contacto:** Uxue Bilbao y Patxi Pardo (T.:94 420 98 55 )

**Servicios:** Con EUSKALIT puedes realizar reflexiones y diagnósticos de la gestión de las relaciones con los clientes de tu organización teniendo esta Guía como referencia. Puedes realizar la solicitud de este servicio en este [enlace](#).



[\\_Descargar marco](#)



[\\_Visualizar video](#)



# GRUPO DE INICIO

Igualatorio médico Quirúrgico (IMQ)  
EROSKI S.COOP.  
Mondragon Unibertsitatea  
Laboral Kutxa  
Organización Sanitaria Integrada Ezkerraldea-  
Enkarterri-Cruces



## OBJETIVO

### **Aprendizaje compartido** a través de:

- Intercambio de buenas prácticas de gestión, documentaciones, indicadores...entre organizaciones del grupo.
- Invitación a responsables de otras organizaciones avanzadas o a personas expertas en la materia.
- Jornadas, formaciones....



# Requisitos de entrada y funcionamiento

- Elaborar una “carta de motivación”: ¿Por qué quiero ser parte de la Comunidad?
- Experiencia de cliente presente en la estrategia de la Compañía (cumplir al menos 3/5):
  - Foco en el plan estratégico
  - Estructura organizativa
  - Plan de Cultura interna
  - Indicadores o dashboard
  - Metodologías de transformación (proyectos, diseño, etc.) enfocadas en el cliente
- Tener implantados sistemas de escucha y recogida de voz del cliente
- Que la persona representante / de referencia en el grupo tenga conocimientos y/o formación en Experiencia de Cliente.



- **Compromiso** de intercambiar experiencias, mostrar herramientas, formatos y buenas practicas de gestión.
  - Participar activamente
  - Compartir
  - Ser proactivo
  - Asistir a las sesiones (establecer un límite anual como requisito)

- 
- Diagnóstico de la Experiencia de Cliente en B2B en el País Vasco - Mondragon Unibertsitatea -Iñaki Fernández
  - El valor de las pequeñas cosas -EROSKI S. Coop.- Josu Madariaga y Azucena Gallardo
  - Más allá de la satisfacción del cliente- Laboral Kutxa-Egoitz Bergara
  - Busca el WOW – Igualatorio Médico Quirúrgico (IMQ) – Esther Zaballa



EsKerrik asko

¡Anímate al grupo Experiencia Cliente! Anima zaitez!

[ppardo@euskalit.net](mailto:ppardo@euskalit.net)

[ubilbao@euskalit.net](mailto:ubilbao@euskalit.net)

- Las presentaciones utilizadas en este acto estarán disponibles en:

<https://www.euskalit.net/buscador>

- Hemen, ekitaldian erabilitako aurkezpenak eskuragarri izango dituzue

Bilatu eta Kudeatu 