



Proyecto Experiencia de Cliente



Esther Zaballa
ezaballa@imq.es

¿Qué es Experiencia de Cliente?

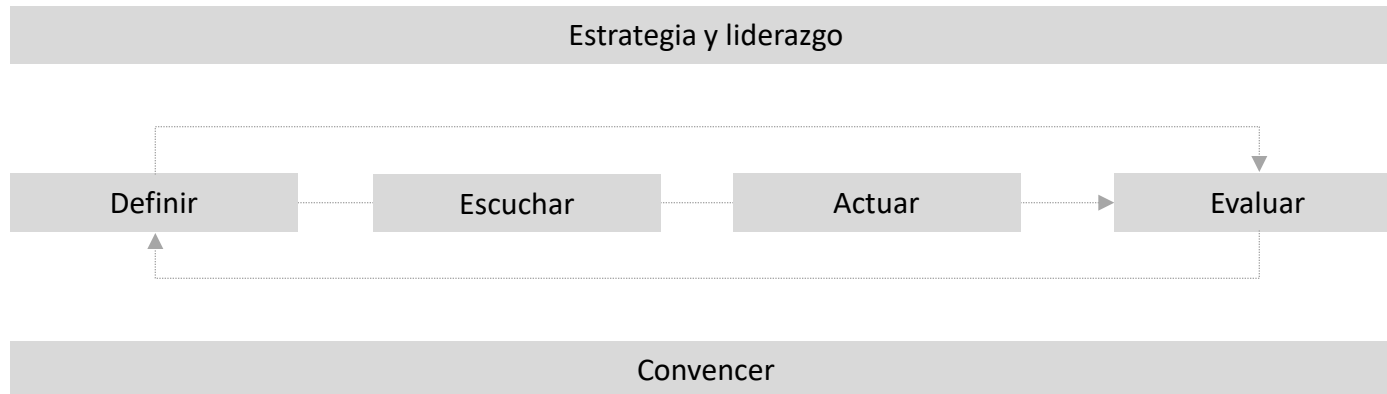
**Hacer las cosas tan bien...
... de tal manera que el cliente
nos elija, se quede, y además
nos recomienda.**



¿Por qué merece la pena desarrollar una estrategia de Experiencia de Cliente?

- El cliente tiene muchas **alternativas**
- En sectores donde la **propuesta de valor** no se diferencia mucho
- Y el **precio** se convierte en elemento clave: ¿Y si no eres el más barato?
- Además, los nuevos clientes esperan más. La **marca** por si sola ya no vale.
- Y en definitiva, porque el cliente **decide**.

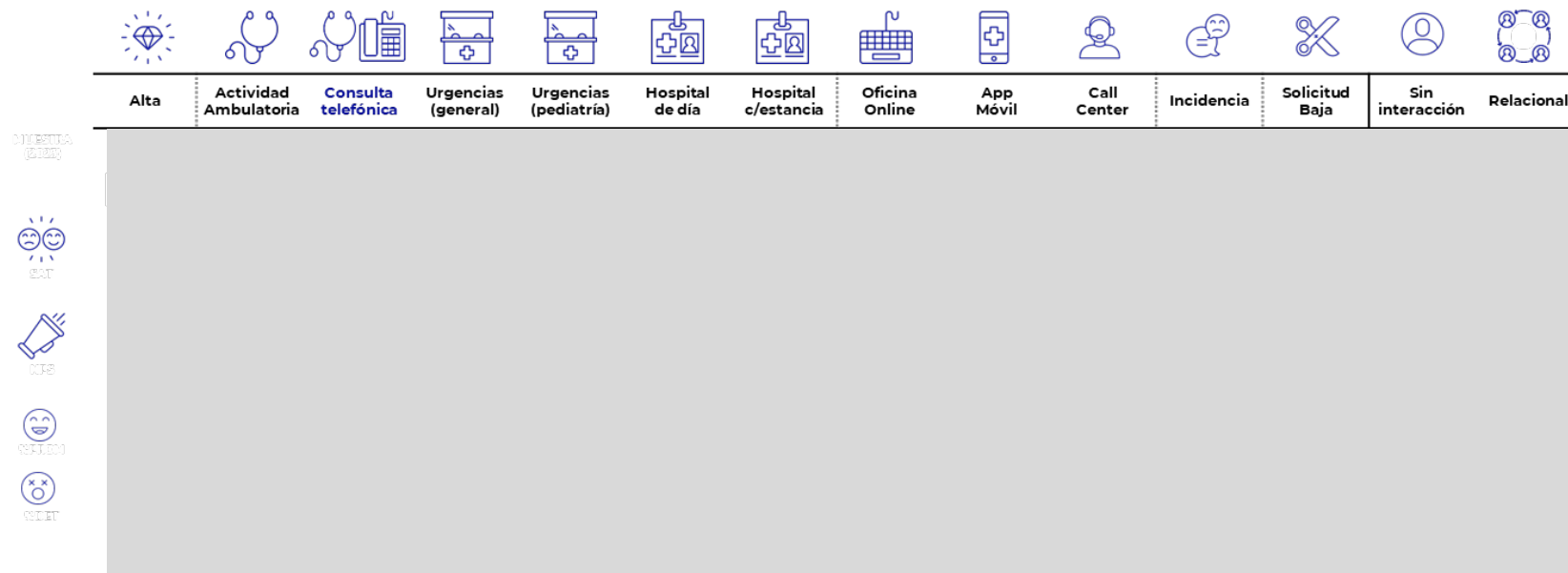
Busca el WOW



Definir



Viaje del cliente



Escuchar



Programa de voz global



Programa de Voz

Interacción	Metodología	Recopilación	Medición	Invitaciones (email+sms o llamadas)	% Resp. 2024	Muestra 2024	Error muestral 2024	% Resp. 2023	Muestra 2023
Alta			Semanal				±7.49 p.p.		
Actividad Ambulatoria			Diaria				±0.74 p.p.		
Consulta Telefónica			Diaria				±5.60 p.p.		
Urgencias (General)			Diaria				±2.09 p.p.		
Urgencias (Pediatria)			Diaria				±7.57 p.p.		
Hospital de día			Diaria				±2.45 p.p.		
Hospitalización c/estancia			Diaria				±2.56 p.p.		
Oficina			Semanal				±5.31 p.p.		
Oficina Online			Inmediata				±1.37 p.p.		
APP móvil			Inmediata				±2.66 p.p.		
Call Center			Semanal				±2.91 p.p.		
Incidencia			Mensual				±3.80 p.p.		
Solicitud baja			Semanal				±6.44 p.p.		
Sin interacción			Anual				±2.98 p.p.		
Relacional			Anual				±1.55 p.p.		

Actuar



Close the loop

Evaluar



Herramienta de seguimiento en tiempo real



Convencer



Arquetipos de clientes en IMQ Seguros

Javier

“No sé si mantener mi seguro médico”

Uso poco el seguro, no sé si me compensa el esfuerzo económico.

Estoy escéptico, tengo dudas.

Necesito valor diferencial que me demuestre que sí merece la pena.



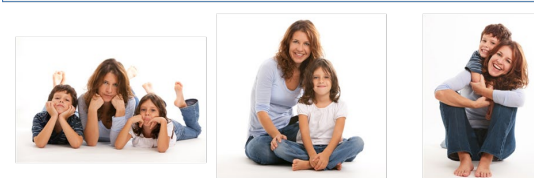
Amaia

“Me siento tranquila”

Tener el seguro familiar es muy cómodo para cuidar nuestra salud en el día a día.

Me siento tranquila y segura.

Necesito buena relación calidad-precio y un servicio ágil. Las ventajas digitales me facilitan la vida.



Begoña

“Me han detectado algo y estoy preocupada”

Me acaban de detectar unos valores anormales en una revisión.

Estoy ansiosa y angustiada.

Necesito rapidez, respuestas profesionales, comprensión y trato cercano.



¡Hola!
soy Javier

Yo Amaia

Y yo
Begoña





Benchmarking CEX
1 o 2 al año. Objetivo: invitar e involucrar a personas/áreas.

Campaña paraguas
Objetivo: compartir visión cliente-centrista

Comunidad CEX en intranet

Actualización del espacio y sus contenidos:

- Blog
- Conoce el proyecto CEX
- Nuestro Estilo de Atención
- Arquetipos de cliente
- Buzón electrónico



Embajadores/as CEX
Perfiles estratégicos, con capacidad de decisión, líderes. Carácter voluntario. Asumir responsabilidades.

Visibilización de arquetipos en todas las reuniones y presentaciones de CEX



Plan de acción Cultura Interna CEX

Blog

Además de publicaciones habituales (mínimo 1 semanal), nueva publicación los viernes: El WOW y el OOPS de la semana, publicándolo también en nota interna.



Antes y después

Emailing + intranet
- Comunicar cada mejora derivada de los grupos de trabajo.
- Combinarlo con pequeñas mejoras surgidas en el CTL.



Estilo de Atención

- Curso en Aula IMQ
- Mystery Shopping
- Feedback en Conversación de Desarrollo. Obligatorio: ¿cumples con el Estilo? ¿Lo tienes interiorizado?...
- Retrospectiva equipo: ¿mantenemos el equipo? ¿qué esperas? ¿Crees en el Estilo? ¿Tú cómo lo harías? Valorar opción de abrir espacios de conversación, intercambio de impresiones.

IMQ Zurekin

Txokos

2 al año para compartir metodología y logros alcanzados. Viaje y Programa de voz del cliente. Stiga Data, ¿cómo es el NPS en IMQ?, resultados del informe, notas mejores vs peores...

Aula IMQ
Curso CEX

Test: ¿Cuánto de WOWista eres?
Autoevalúate.
Lígarlo a reconocimiento.



Campaña paraguas 2025



¿Qué hemos hecho bien?

- Aprender de los demás y **formarnos** en la metodología.
- Hacer una buena **definición previa** de la estrategia a seguir.
- Contamos con un **programa de voz robusto**, automatizado y que nos aporta mucha información

¿Dónde tenemos que mejorar?

- Nos cuesta **pasar a la acción**: activar verdaderos cambios.
- No hemos terminado de **convencer** a la organización.
- Para convencer hay que **cuantificar** los beneficios
- Tenemos mucha **información**: hay que aprovecharla mejor

¿Cuáles son las claves para desarrollar una buena estrategia de Experiencia de Cliente?

Liderazgo

Estrategia

Colaboración



Los primeros a tu lado