



# MEDIR DE VERDAD LA EXPERIENCIA DE CLIENTE:



**#IVFEC**



Sister Cities  
of LOS ANGELES

- ← 6101 mi Salvador
- ← 8977 mi Jakarta
- ← 8710 mi Guangzhou
- ← 6499 mi Mumbai
- ← 1652 mi Auckland
- ← 4076 mi Mexico City
- ← 7406 mi Makati
- 5720 mi Petersburg
- 6925 mi Athens
- 759 mi Berlin
- 6386 mi Split
- 6230 mi Kaunas
- 5 mi Bordeaux

**Tengo 80.000 datos buenísimos**  
**No consigo que se le dé a esto la**  
**importancia que tiene**

**¿Por qué medimos?**







**¿Qué medimos hoy para conocer  
a nuestros clientes?**



**¿Es usted cliente habitual?**

**¿Por qué nos elige?**

**¿Cómo está de satisfecho?**

**¿Nos recomendaría?**





**¿Qué información obtenemos?**



**¿Es usted cliente habitual? SÍ.**

**¿Por qué nos elige?**

**EL PAN ESTÁ BIEN Y ESTÁ CERCA DE MI CASA.**

**¿Cómo está de satisfecho? BIEN, MUY BIEN. EL PAN ESTÁ BUENO. UN 5**

**¿Nos recomendaría?**

**SÍ, CLARO. DE 0 A 10, UN 9**

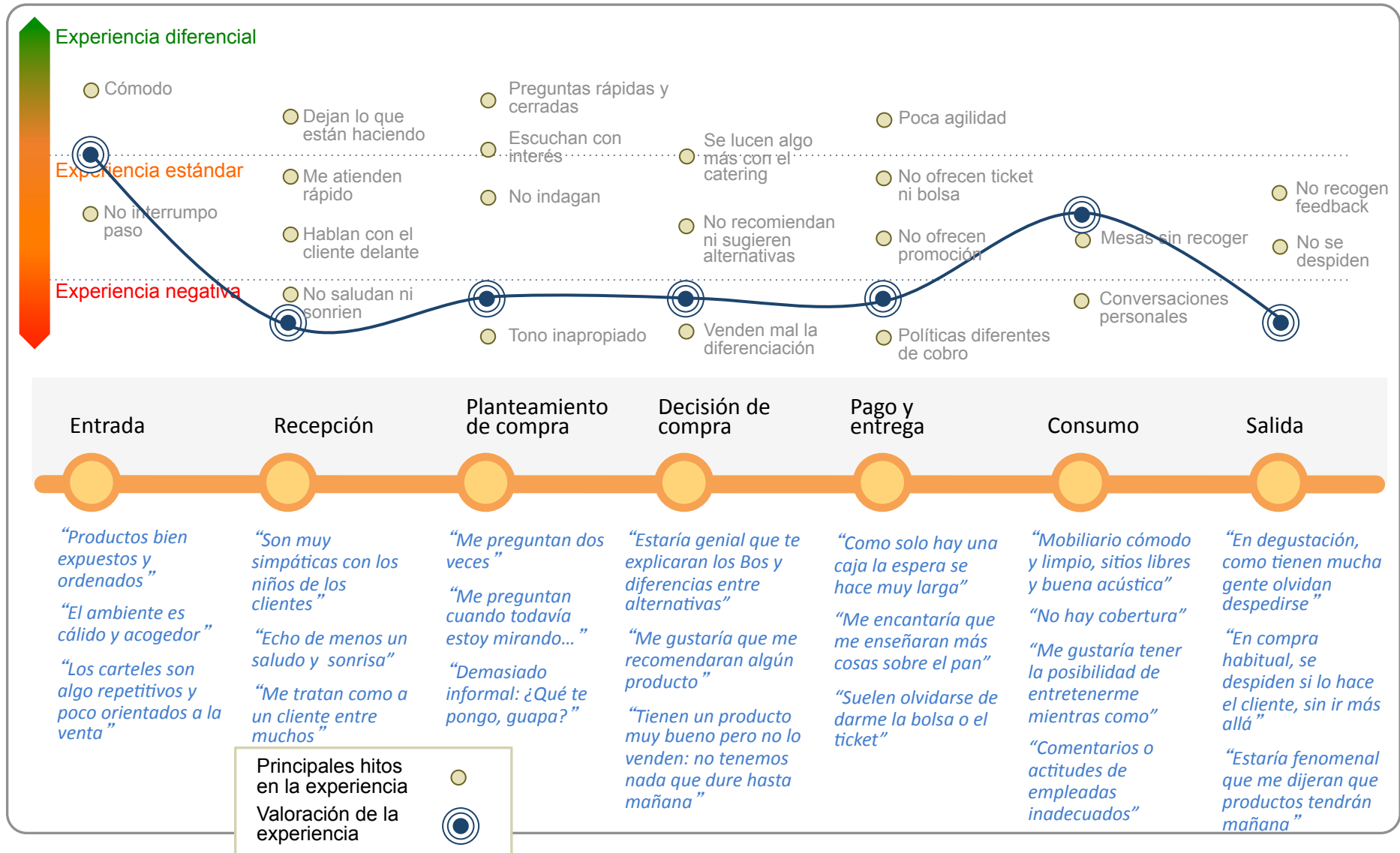


**¿Es útil esta información?**  
**¿Nos dice cómo es la experiencia?**  
**¿Sabemos qué hacer para mejorar?**





**Medir la experiencia es medir qué generamos en cada momento en nuestros clientes.**













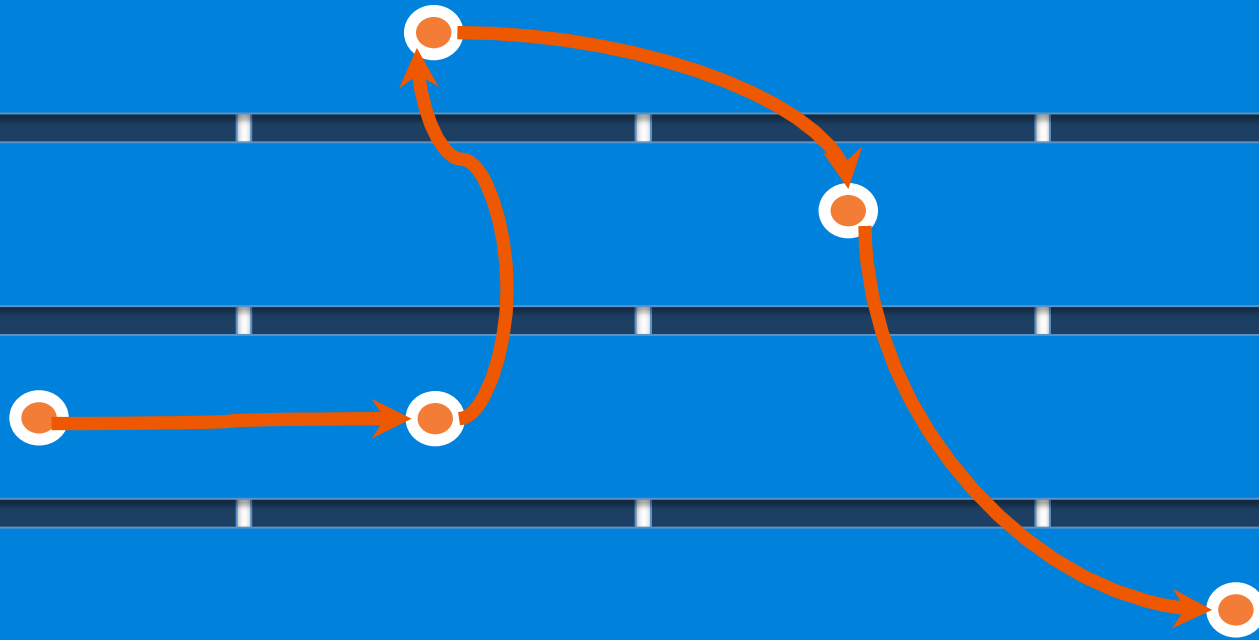


BÚSQUEDA

EVALUACIÓN

COMPRA

USO





**HECHOS**  
que vive el  
cliente

**SENSACIONES**  
percibidas por el  
cliente

**CONSECUENCIAS**  
en los resultados  
de negocio

**HECHOS**  
que vive el  
cliente

Me han preguntado con  
qué iba a combinarlo

Ha asociado lo que había  
contado sobre mi  
necesidad con  
características del  
producto

**SENSACIONES**  
percibidas por el  
cliente

Siento que me han  
ofrecido un producto  
adaptado a mí, a lo que  
yo buscaba y necesitaba

**CONSECUENCIAS**  
en los resultados  
de negocio

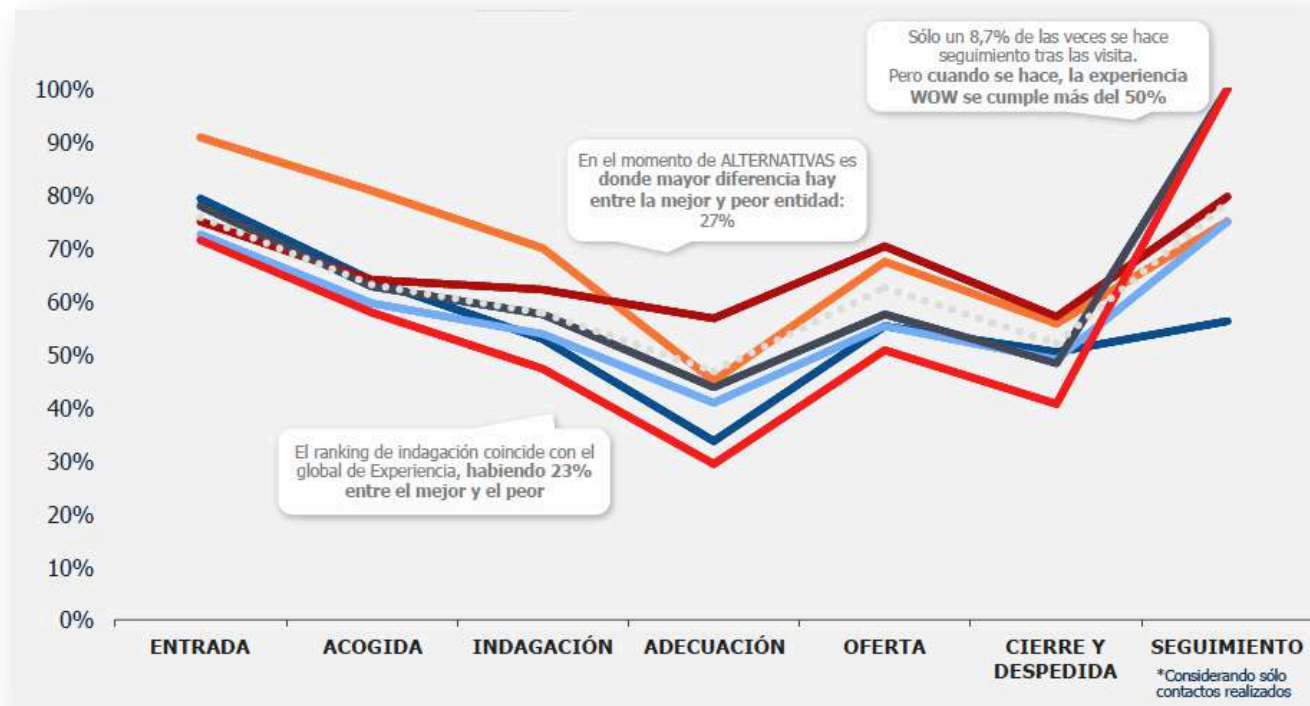
Incremento en  
Productos Cliente





**Nos permite saber la historia emocional,  
la historia de verdad para el cliente**

**Ahora ya sabemos:**  
**Por qué no vendíamos.**  
**Cómo somos de verdad.**  
**Cómo ser ahora.**  
**Cómo vender más.**  
**Qué exigir al personal.**  
**Qué seguir midiendo.**  
**Sabemos cómo mejorar.**



# IMEX Banca

# IMEX Retail Gran Distribución



**Medir qué generamos en cada momento...**

**Info clave para el CEO y el negocio en 1 pág.**

**Dé palancas de actuación para mejorar**

