

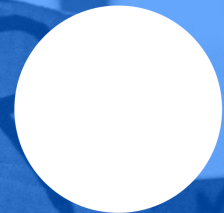


# Relationship Lab™

Diagnóstico estratégico

## Destí

Relaciones poderosas





# Relationship LAB™

Es una actividad en formato taller que permite diagnosticar el estado de relación entre la marca y sus audiencias y su potencial de mejora con impacto en el negocio.

## Un encuentro transformador para entender

¿Cómo está la relación con mis audiencias?

¿Qué objetivos nos proponemos con cada una de ellas?

¿Cómo alinear las expectativas de negocio y relacionales con las oportunidades del mercado?





## Un proceso accionable | ¿Qué te llevás del taller?

Diagnóstico de cómo están las relaciones entre la marca y sus audiencias claves

Set de soluciones en línea con las necesidades del negocio y la mejora en la experiencia cliente que potencien la interacción, el diálogo y cercanía.

Guía de indicadores para monitorear el éxito de las mejoras.

### Otros aportes

**Oportunidades relacionales en audiencias “complementarias” internas y externas.**

Customer journey con los espacios posibles de mejora, puntos de fricción y recursos que potencian el recorrido en cada momento.

**Canales de comunicación y contenidos** recomendados para la implementación de las mejoras.



Es prioridad para el equipo que las mejoras alcanzadas se puedan incorporar en el corto y mediano plazo.





## Metodología de trabajo



**2 Reuniones  
de inmersión**

**4 hs**



**Taller  
Relationship Lab**

**4hs**



**Presentación  
del informe final**

**2 hs**

---

No hay límites de personas, cuantos más seamos mejor.  
Trabajo con cultura horizontal e interáreas.

Modalidad presencial o virtual



### **Dinámica exploratoria y de Ideación**

Jornada en formato taller con actividades prácticas y reflexivas para movilizar a cada una de las personas que participen

Cada asistente tendrá la oportunidad de explorar cuáles son los mejores espacios para innovar el modelo relacional actual de su marca, producto o servicio.





# Equipo de consultoría

Estos procesos son desarrollados por un **equipo de profesionales especialistas en diversas disciplinas** que se integra como respuesta a la necesidad de la compañía, su industria y desafíos.





Algunas razones por las que las marcas priorizan el desarrollo de relaciones poderosas.

## El consumidor pide más **storydoing** y menos **storytelling**

**81%**

dice que una **experiencia positiva de servicio** de atención al cliente aumenta la probabilidad de que vuelvan a comprar.

**68%**

espera que todas sus experiencias sean **personalizadas**.

**80 %**

prefiere comprar en marcas cuyas acciones se alinean a sus **creencias y valores**

**92%**

espera que las compañías **protejan a sus clientes**

**63%**

**El valor agregado es el diferenciador** en la elección de productos o servicios de los consumidores.

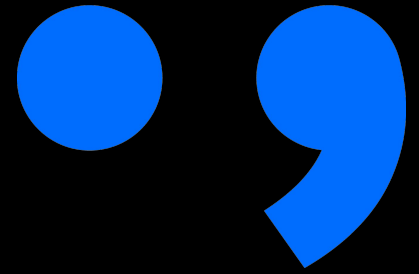
Fuentes:

"Customer experience in the new reality" KPMG - Encuesta realizada a 385,000 consumidores en 27 países.

"Tendencia CX 2022" Zendesk - Encuesta realizada a 3511 consumidores y 4670 líderes, USA



# ¡Gracias!



**Connie Demuru**

[cdemuru@desti.com.ar](mailto:cdemuru@desti.com.ar)

Hablemos



**Tatiana Stani**

[tstani@desti.com.ar](mailto:tstani@desti.com.ar)

Hablemos



## Destí

Relaciones poderosas



[www.desti.com.ar](http://www.desti.com.ar)