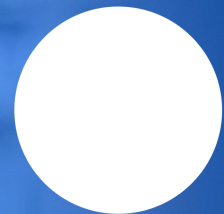




La voz del cliente TM

Diagnóstico estratégico





La voz del cliente TM

Es una actividad en formato taller que permite reflexionar **cuánto y cómo se incluye la opinión de los clientes en las decisiones de todos los días**, a partir de la percepción de los colaboradores internos de una compañía.

Un encuentro transformador para entender

¿Qué información tenemos hoy de los clientes y cómo la estamos utilizando?

¿Cómo convertimos en capital activo esa información para volverla accionable por los equipos?

¿Cómo podemos nutrir el conocimiento actual sobre nuestros clientes?





¿Qué te llevás del taller? | Lineamientos accionables para incorporar la voz del cliente

Diagnóstico del estado actual de la marca en relación a los espacios de escucha de los clientes, la gestión de esos datos y el uso que se le otorga en la gestión cotidiana del negocio.

Set de soluciones que permitan integrar y movilizar esa información, convertirla en conocimiento y nutrir a los equipos para la mejora continua.

Guía de recomendaciones para su implementación. considerando procesos, roles e implicancias para la integración y activación real de la voz del cliente en el negocio.

Otros aportes del proceso.

Oportunidades para sumar valor en la relación y en la experiencia cliente.

Sugerencias para clasificar la información disponible de clientes (dolores, necesidades, desafíos) a lo largo de su ciclo de vida.

Mapeo de "blind spots" o "puntos ciegos" de conocimiento en el customer journey para finalmente diseñar un plan que oriente a la obtención del conocimiento.



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
La voz del cliente**

4 / 6 hs



**Presentación
del informe final**

2 hs

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



Dinámica exploratoria y de Ideación

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

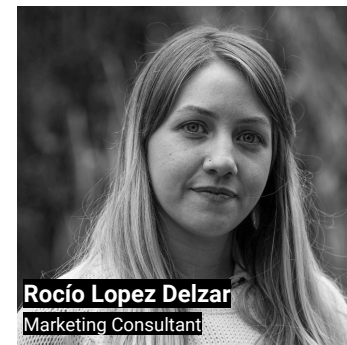
Cada asistente tendrá la oportunidad de explorar cuáles son los mejores espacios para incorporar la voz del cliente en los procesos actuales de la compañía.





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.





Escuchar la voz del cliente para darle un lugar en la mesa de nuestra compañía.

Las empresas dicen que el CX les permite:

59,3%

Identificar acciones de mejora.



57,6%

Identificar necesidades de los clientes.



52,5%

Detectar quejas o problemas.



42,4%

Medir la eficacia de los procesos.



Fuente:

"CX REPORT ARGENTINA" SAIMO - Estudio cuali y cuantitativo (8 entrevistas y -79 encuestas online a expertos de Argentina).



¡Gracias!



Connie Demuru

cdemuru@desti.com.ar

Hablemos



Tatiana Stani

tstani@desti.com.ar

Hablemos



Destí

Relaciones poderosas



www.desti.com.ar