

**AULA
VIRTUAL**

MÉTRICAS DIGITALES PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



**CUSTOMER
SATISFACTION**

INDUING

PRESENTACIÓN

La omnicanalidad y los procesos de digitalización están liderando el cambio de la relación con el cliente en todos los sectores.

- **Cómo mejoraría la relación entre empresas B2B con métricas en procesos digitalizados.** Qué aportan en la visión del cliente y en las líneas de innovación del producto y del servicio. Cómo se implanta un programa de voz del cliente y las métricas de seguimiento de la satisfacción del cliente. Para qué sirven estas métricas y cómo aplicarlas para mejorar el negocio.
- **Cómo detectar necesidades con métricas de seguimiento del rendimiento y entrega del servicio al cliente** en las distintas fases de diseño, funcionalidad y todo el ciclo de vida de su relación con nosotros.
- **Cómo conseguir mayor rentabilidad** de la entrega de una buena experiencia.

OBJETIVOS

- **Tener una mejor y mayor comunicación** con el cliente/proveedor (interno y externo).
- **Entender la importancia de innovar en servicios (digitalización)** que mejoran la experiencia de cliente en cada interacción.
- **Entender las métricas de cliente** principales que miden el éxito de estas interacciones y su relación con la rentabilidad de los clientes.

METODOLOGÍA

- El taller se desarrolla en tiempo real mediante videoconferencia en el aula virtual. Son clases en directo, dinámicas e interactivas.
- Dedicación teórica para conocer las nuevas métricas y conceptos.
- Desarrollo de ejercicios prácticos participativos durante el taller y cocreación de ideas de mejora y el pasillo de cliente aplicable a B2B.
- Nos apoyaremos en ejemplos prácticos de casos reales de éxito.
- Entregables: Glosario de términos y conceptos; hojas de referencia rápida a las métricas del curso; apuntes desarrollados y cocreados entre todos los asistentes.

NORMATIVA ACADEMICA

- **MODALIDAD:** Aula Virtual
- **FECHAS:** Consultar en la web: www.induing.com
- **DURACIÓN:** 6 Horas. / 2 Días. (2 Sesiones de 3 horas)
- **HORARIO:** De 9:30 a 12:30 Hrs.
- **PRECIO:** 250 Euros
- **BENEFICIOS:** Formación bonificable a través de FUNDAE
- **CERTIFICADO:** De asistencia a los participante

PROGRAMA

✓ 0. Introducción al Taller y a Metodologías Ágiles.

✓ 1. Mapa de Stake Holders (partes interesadas).

✓ 2. Explicación de qué es un Pasillo de Cliente y por qué es importante tener uno.

- **Identificación de momentos, canales y personas.** Oportunidades de Innovar. Beneficios de la digitalización y automatización de procesos (CRM, BI y Marketing Automation) y camino a prevenir y anticipar.
- **El call center, Chat(bots) como canales de atención al cliente y sus principales métricas:** AHT, FCR. Qué es el Text Sentiment y Text Analytics y sus métricas NEV y BAI.
- **Identificación de KPI de seguimiento basado en el cliente/proveedor (interno y externo):** Valoración de atributos y métricas de rendimiento.
- **Identificación de Momentos de la Verdad y como trabajarlos.** Principales métricas de satisfacción de clientes: NPS, Cust. Sat, LTB, CAI.

✓ 3. La Digitalización al Servicio del Cliente. Métricas de cliente y negocio CES, CAC, CLTV y objetivos de los canales digitales de venta web/app (audiencia, venta y atribución).

✓ 4. Trabajar con el Cliente: Arquetipo y Mapa de Empatía.

✓ 5. Comunicación, Reconocimiento y Celebraciones.

PONENTE



Miguel Artiach Morenés Responsable del Área de Experiencia de Cliente en ALSA

Con más de 15 años de experiencia en medir y mejorar la satisfacción del cliente en todo tipo de canales (presencial, digital, telefónico, etc.), como Responsable del Área de Experiencia de Cliente en ALSA ha desarrollado los pasillos de cliente, implantando planes de mejora de la Experiencia de Viaje de los clientes y desarrollando el programa de escucha de Voz del Cliente y Close the Loop, además de impulsar el cambio cultural generando la propuesta de valor de la Experiencia de Viaje de ALSA.

Es licenciado en Marketing e Investigación de Mercados por la universidad de Hertfordshire en UK (1997 - 2001), completó sus estudios con un master MBA en ESIC en 2002. Actualmente se ha doctorado por la Universidad Complutense de Madrid en Publicidad (2016) y es Experto en Experiencia de Cliente por La Salle IGS (2017) y Marketing Digital PowerMBA (2020) además de estar certificado como Experto en Experiencia de Cliente por la Asociación DEC desde 2016.

Antes de trabajar en ALSA se ha desarrollado en el sector de Parques de Ocio, Consultoría Comercial y de Marketing y en la Centros Docentes.

Miguel es profesor de postgrado en La Salle ISG y EAE y además speaker habitual de Experiencia de Cliente, es miembro de la Asociación DEC y la AEC en la comisión de Métricas, también es miembro del CXO Club, autor del blog "Economía de las Emociones" y coautor del manual de CX de "La Experiencia de Cliente Rentable - Manual para directivos y profesionales".



INDUING

C/ Gran Via 42, 1ª Planta, 48011 Bilbao
Tel: (+ 34) 94 605 30 72

C/ Zurbano 45, 1ª Planta, 28010 Madrid
Tel: (+34) 911 841 944

Email: info@induing.com

www.induing.com