



Customer Experience Management

La nueva tendencia para enfocar la gestión de mercadeo al consumidor
La experiencia del cliente para organizaciones inteligentes



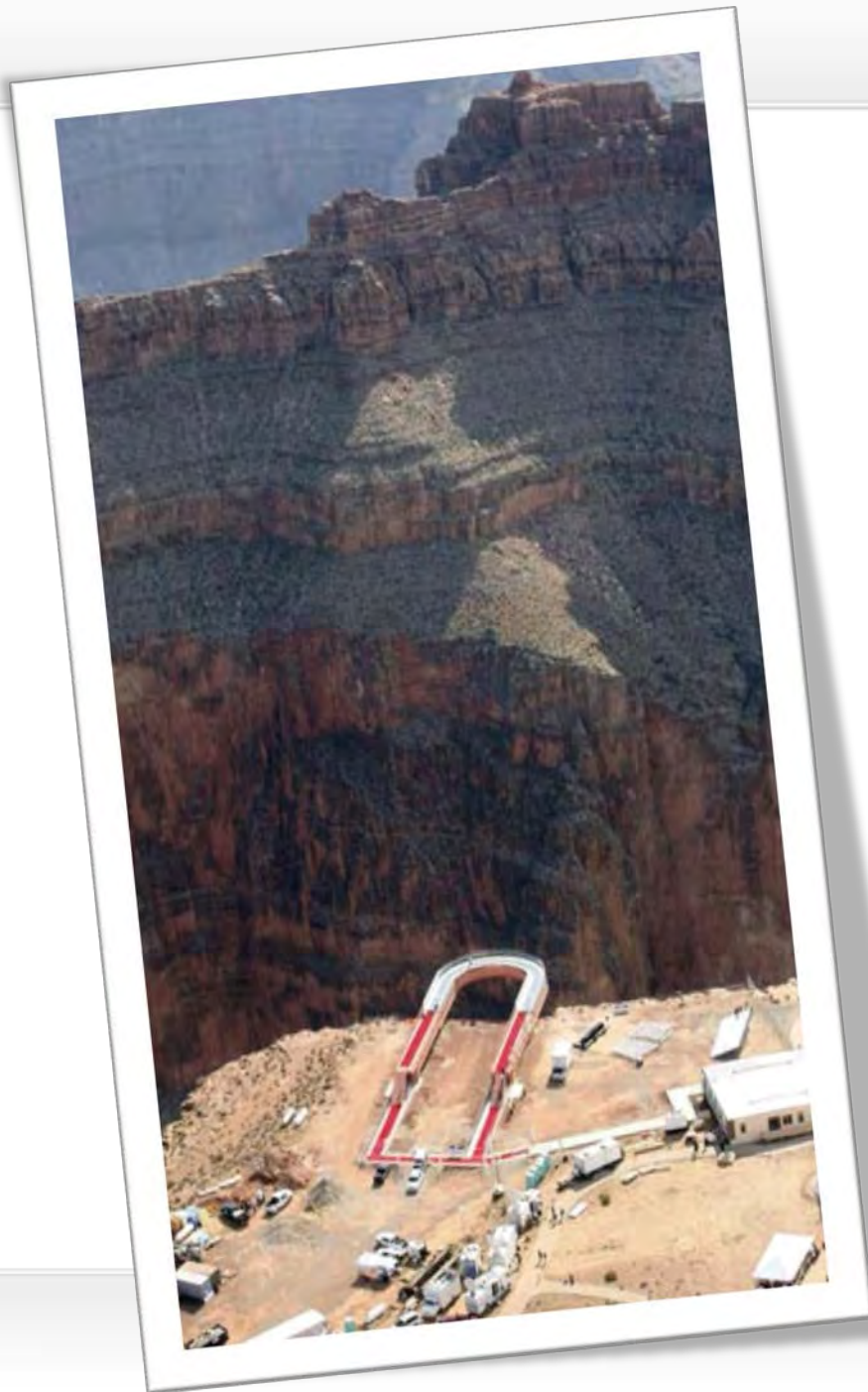
Elena Ajala
Fan of Experiences

Experta en Customer Experience & Experiential Marketing
Autor de "El Abc del Customer Experience" y de "El Abc del Shopping Experience"
Doctor en Marketing – Top Ten Business Experts
Socio Fundador Emo Insights
Profesor Asociado del IE Business School









[BOOK ME](#)

[LOCATIONS](#)

[MEETINGS](#)

[INTERACTIVE](#)

[PRESS](#)

[COMPANY](#)

[CONTACT ME](#)

[TELL ME](#)



INTRODUCING ME BY MELIÁ, A BRAND OF EXPERIENCE-BASED PERSONALIZED TRAVEL AT SELECT URBAN AND RESORT DESTINATIONS. ME SEDUCES THE OPEN MIND WITH ART, DESIGN, MUSIC AND CUISINE; ONE IMPRESSION, ONE MOMENT, ONE SENSATION AT A TIME. ME BY MELIÁ IS ALL ABOUT YOU. ME INVITES YOU TO AN EXPERIENCE BEYOND ACCOMMODATION.

ME

BY MELIÁ

LOCATIONS



ME MADRID

In the heart of the Spanish capital, the Gran Hotel Reina Victoria is reborn as ME Madrid, a 192-room showcase of bold design and forward thinking, rendered with a unique, local flair.

[Visit Website](#) | [Book a Room »](#)



ME CANCUN

Days are equal parts exhilaration and blissful repose at ME Cancun. Featuring 448 exquisite guest rooms and suites on the most perfect beach in the Western Hemisphere.

[Visit Website](#) | [Book a Room »](#)



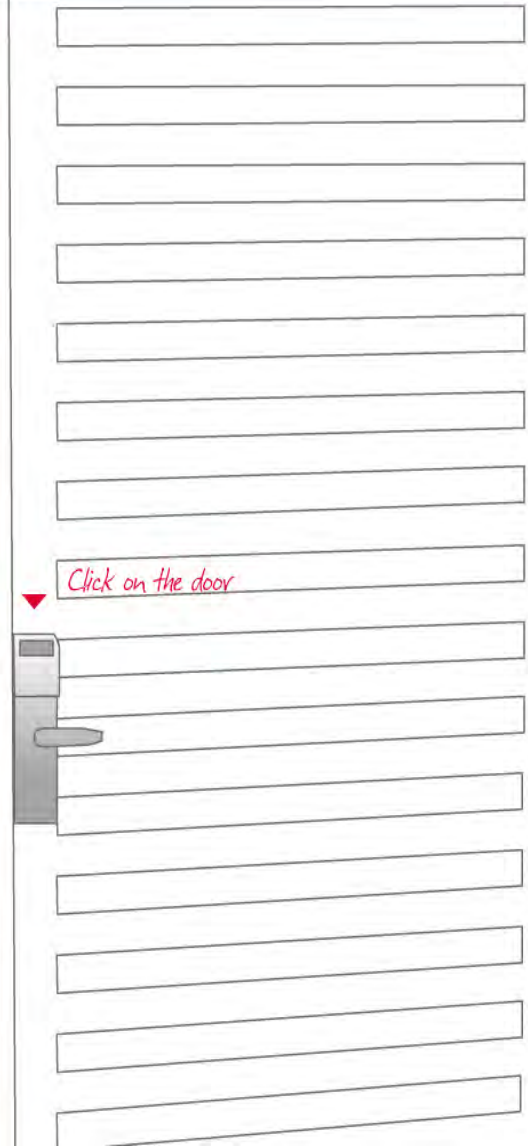
ME CABO

On the finest stretch of surf and sand in Cabo San Lucas, the 150 guest rooms of ME Cabo occupy a particularly enviable place in the sun.

[Visit Website](#) | [Book a Room »](#)



Use your key to
experience the best
suite in Cancun



Suite ME

BOOK
ME
CANCUN

BOOK
Suite ME

interactive
AQUARIUM
CANCUN

Take a tour and
explore our packages

Suite ME

Take the tour



Very few realize lighting, music and drinks are the key elements of a great party that ME throws in the Caribbean.
[+ details](#)



BOO ME CANCELLED
Suite ME





The anti-shoe.

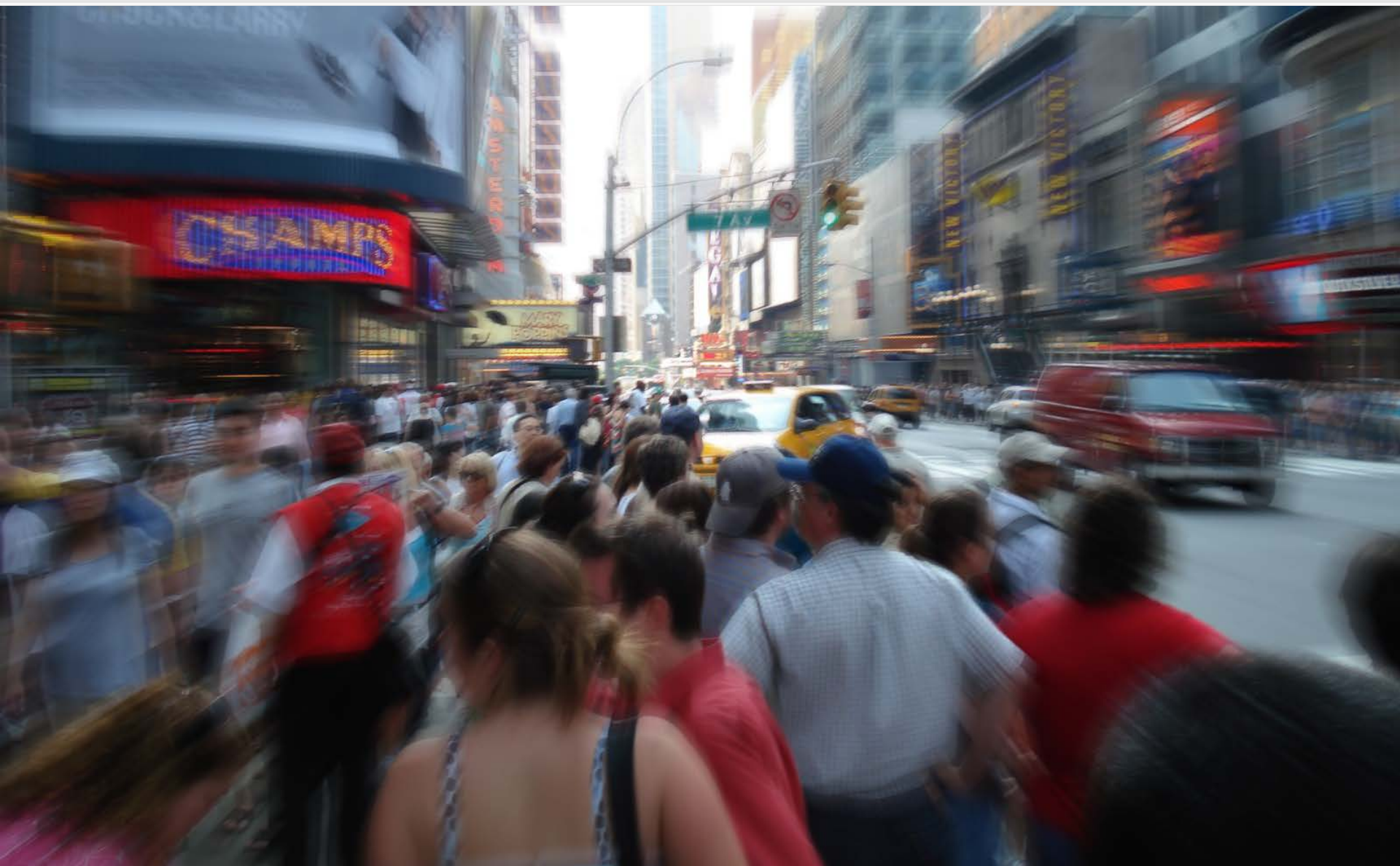
Eleng Ajar
Fan of Experiences







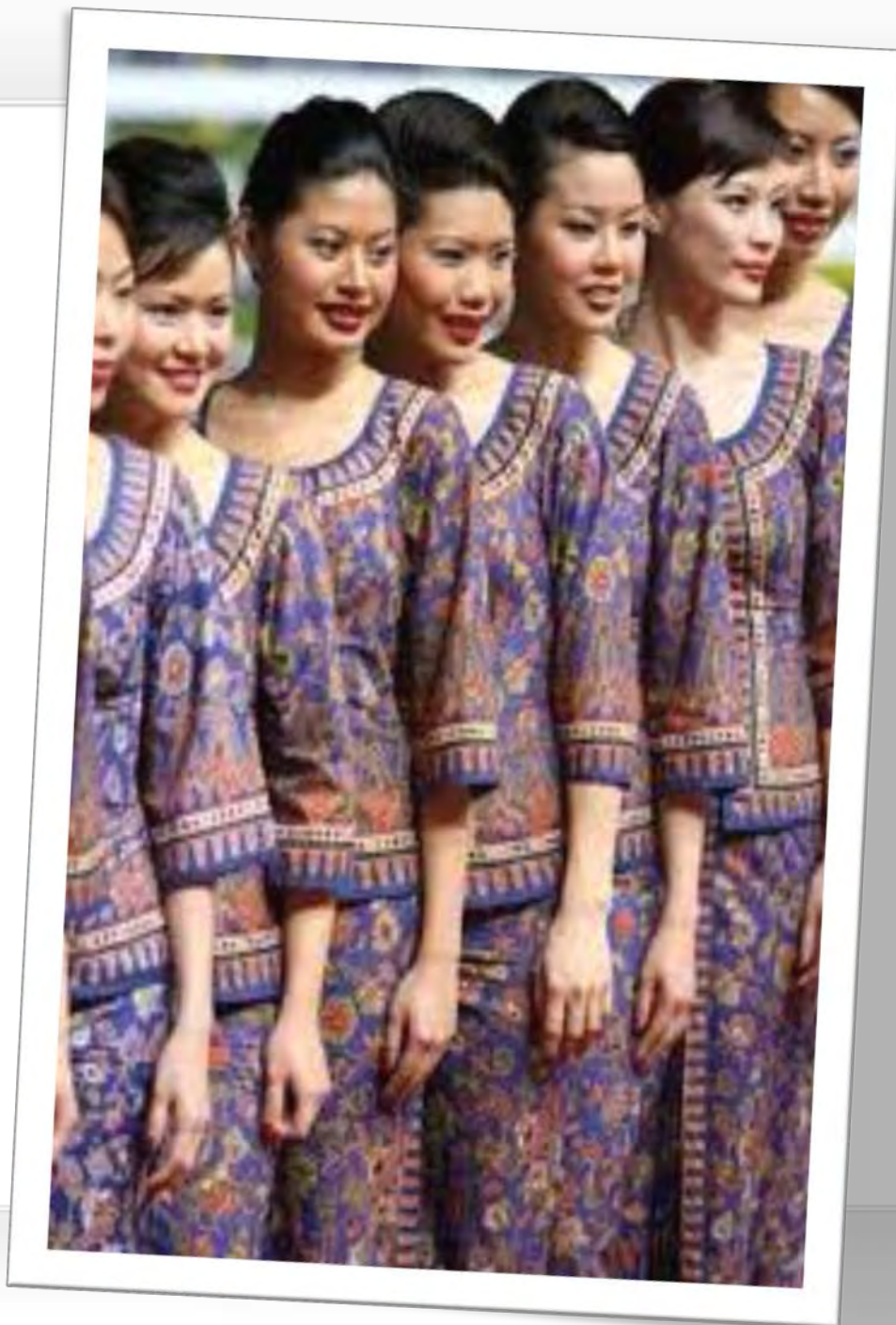














“los presupuestos destinados a mejorar la experiencia del cliente crecerán en los próximos años un 75%”

(Yates, V. 2008. Jack Morton Worldwide)

“sin unos empleados leales es imposible mantener una base de clientes leales”.

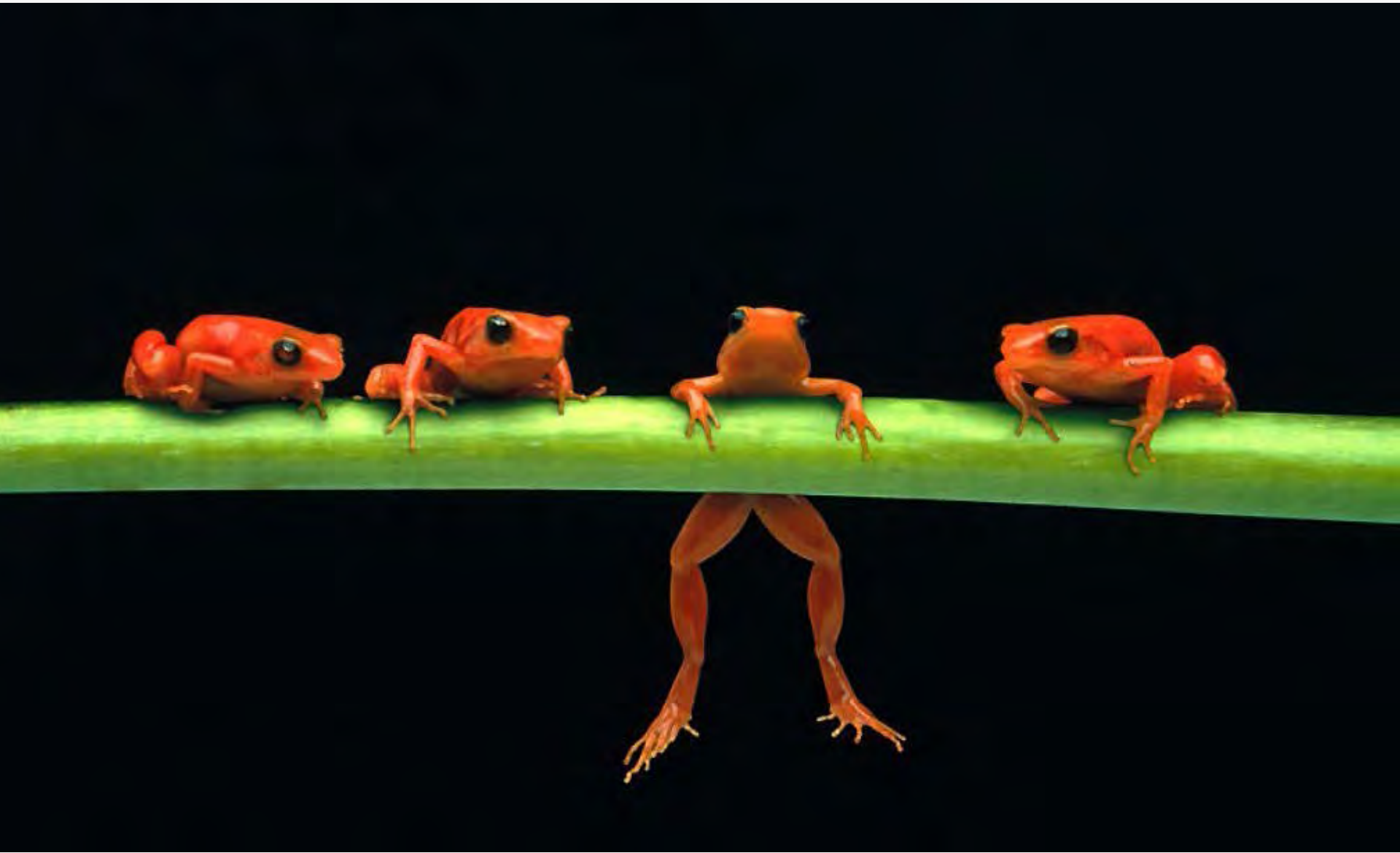
(Frederick Reichheld: El efecto lealtad)

“la sostenibilidad del planeta exige una comunicación que conciencie a la sociedad de la importancia de cuidar y garantizar, de forma urgente, el desarrollo humano sostenible”

(Adaptado misión awakeningthedreamer.org)

¿Por qué estamos hablando de estos temas?





Una constructora china levanta un edificio de 15 plantas en solo dos días

Broad Sustainable Building edifica el nuevo Ark Hotel en algo más de 46 horas y media

PABLO OLIVEIRA Y SILVA | MADRID | 04/11/2010 19:50 |

Recomendar 3000

71 Comentarios



Media: 4.47

Votos: 60



Parece algo salido de una película de ciencia ficción, pero es una realidad en China. La empresa [Broad Sustainable Building](#), que ya demostró su capacidad tecnológica durante la construcción de su pabellón para la Expo de Shanghai, ha roto un nuevo récord en la construcción de edificios.

El nuevo Ark Hotel de quince plantas ha sido levantado en menos de dos días. En algo más



La tienda de **Próximamente**

Colección **Pensamientos Críticos**

Los mejores ensayos de la historia de la reflexión social, escritos por los más destacados intelectuales de la agitación política.

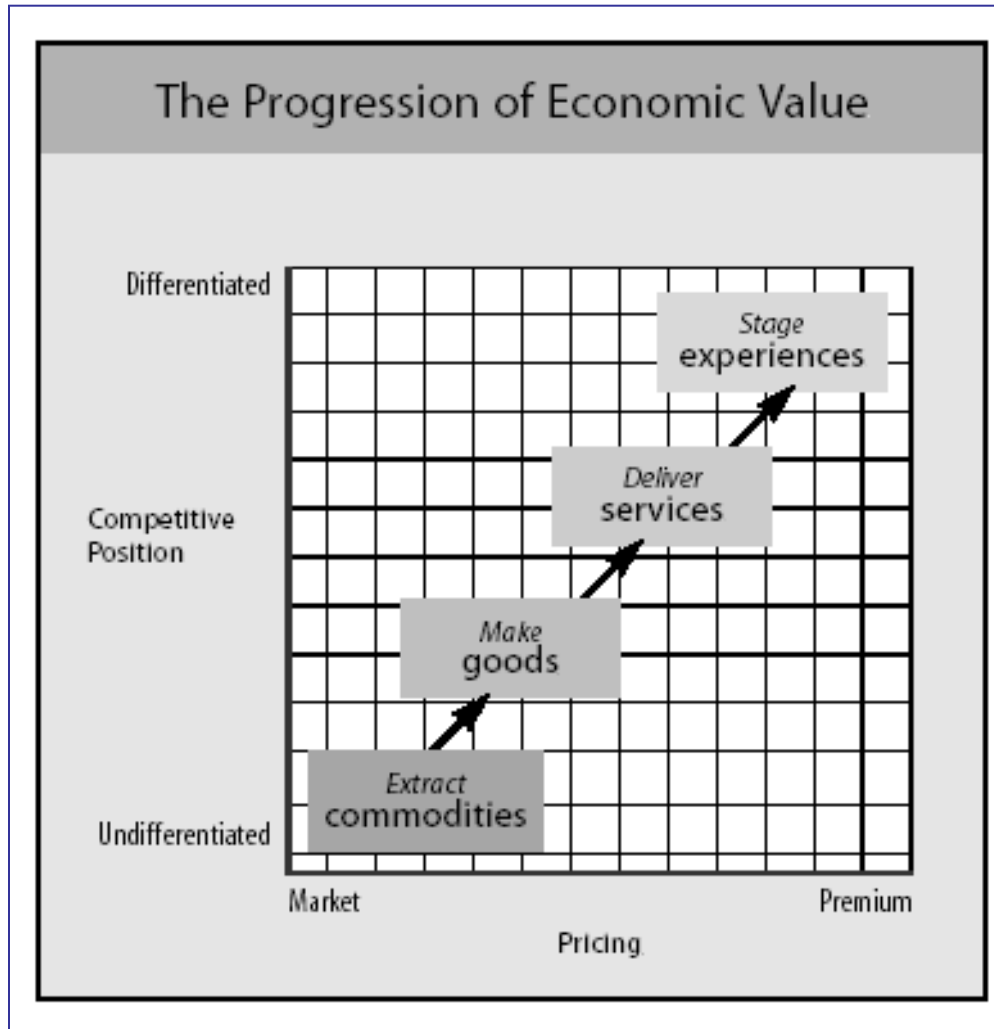


Visita la tienda

QUIZ

Recomendamos

- [El libro de la semana: 'El mundo es un pañuelo' de...](#)
- [El libro de la semana: 'El mundo es un pañuelo' de...](#)
- [El libro de la semana: 'El mundo es un pañuelo' de...](#)
- [El libro de la semana: 'El mundo es un pañuelo' de...](#)
- [El libro de la semana: 'El mundo es un pañuelo' de...](#)
- [El libro de la semana: 'El mundo es un pañuelo' de...](#)
- [El libro de la semana: 'El mundo es un pañuelo' de...](#)
- [El libro de la semana: 'El mundo es un pañuelo' de...](#)



Source: The Experience Economy. B. Joseph Pine II & James H. Gilmore





“hay una verdadera oportunidad”

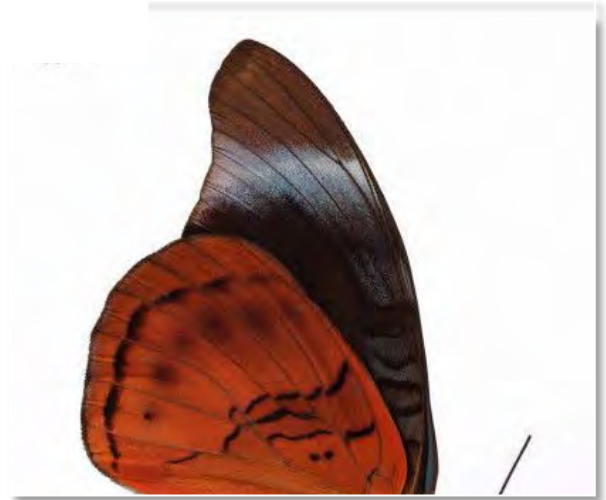


Fuente: Beyond Philosophy. Estudio entre clientes 2010



¿Cómo reaccionar?





¿Se puede gestionar?

¿Se puede medir?

Investigación Cuantitativa



Investigación Observacional



Investigación Emocional



Investigación Tendencial



cool hunting green

AYER de la toma de decisiones

Hoy de la toma de decisiones



Información Interna



Investigación Cualitativa

Inferencia Predictiva



Innovación Co-creativa



Email



Social Media

Investigación del Cliente en su entorno (New Media)

HERRAMIENTA



ESTRATEGIA

¿Qué comportamientos buscamos?

Fans



Cross Selling



Prescriptores

Nuevos Clientes



No tener detractores



Etc...

VALOR



¿Qué buscamos generar?



Alegría
Agradecimiento
Admiración
.....



Irritación
Decepción
Miedo
Asco
....

¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España

EL UNIVERSO BANCARIO Y LA GESTIÓN DE LAS EMOCIONES (FEM®)



¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España

1. 30 entrevistas en profundidad acerca de las emociones que se han sentido en el pasado (relacionadas con la banca)

2. Medición de «emociones inconscientes» DURANTE cada entrevista

3. Investigación Cuantitativa



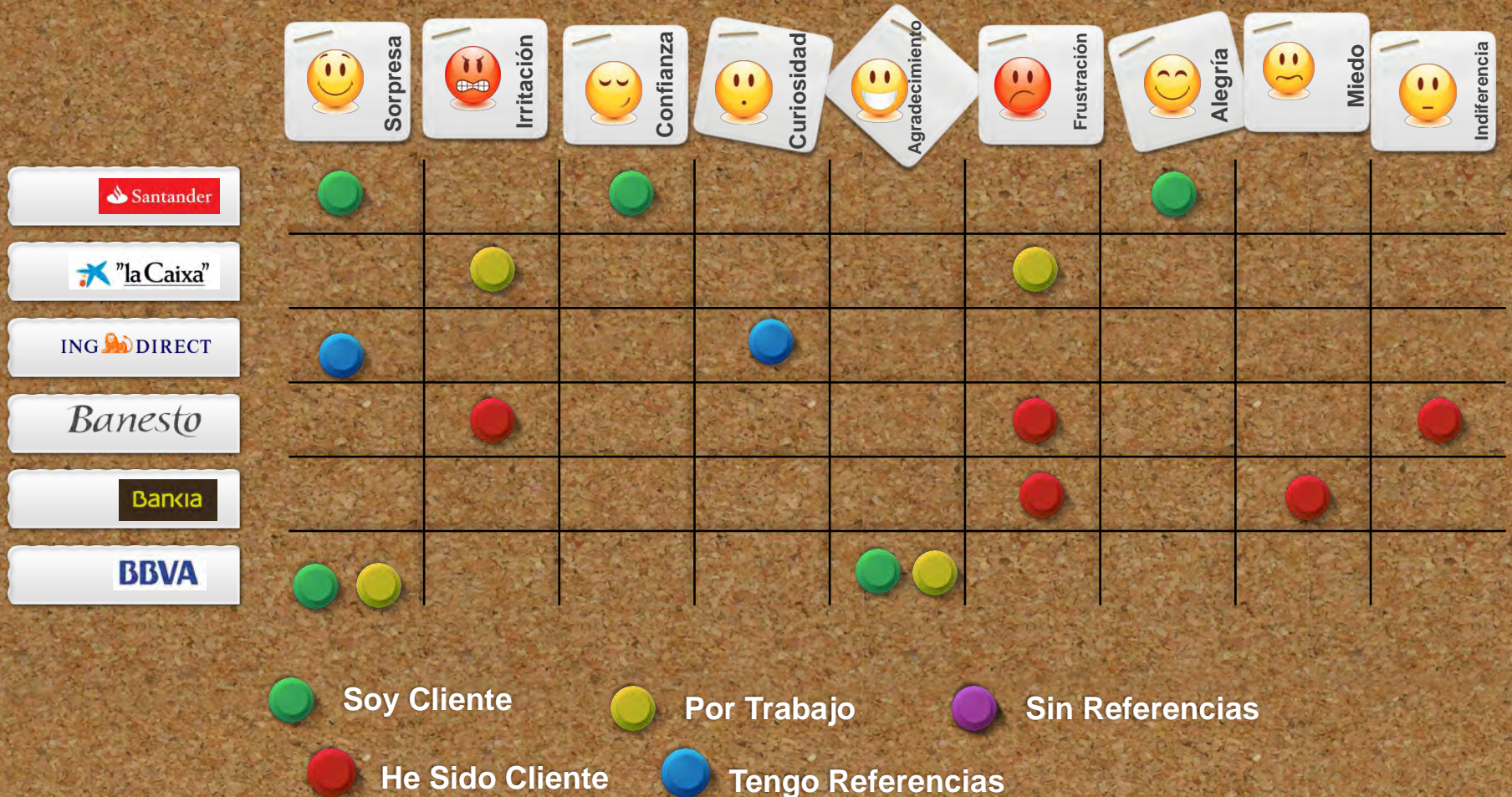
Datos Facilitados por © Emo Insights.
Feelings Experience Management FEM®.

Eleng Aja
Fan of Experiences

¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España

Profundización en las emociones conscientes



Datos Facilitados por © Emo Insights.
Feelings Experience Management FEM®.



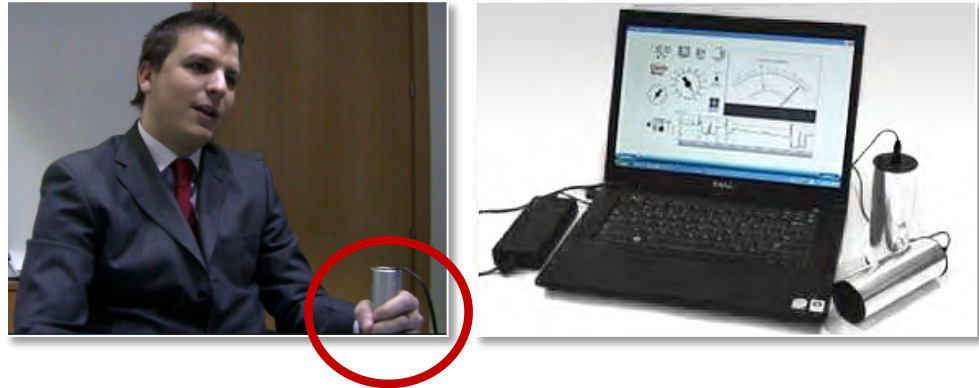
¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España

1. 30 entrevistas en profundidad acerca de las emociones que se han sentido en el pasado (relacionadas con la banca)

2. Medición de «emociones inconscientes» DURANTE cada entrevista

3. Investigación Cuantitativa

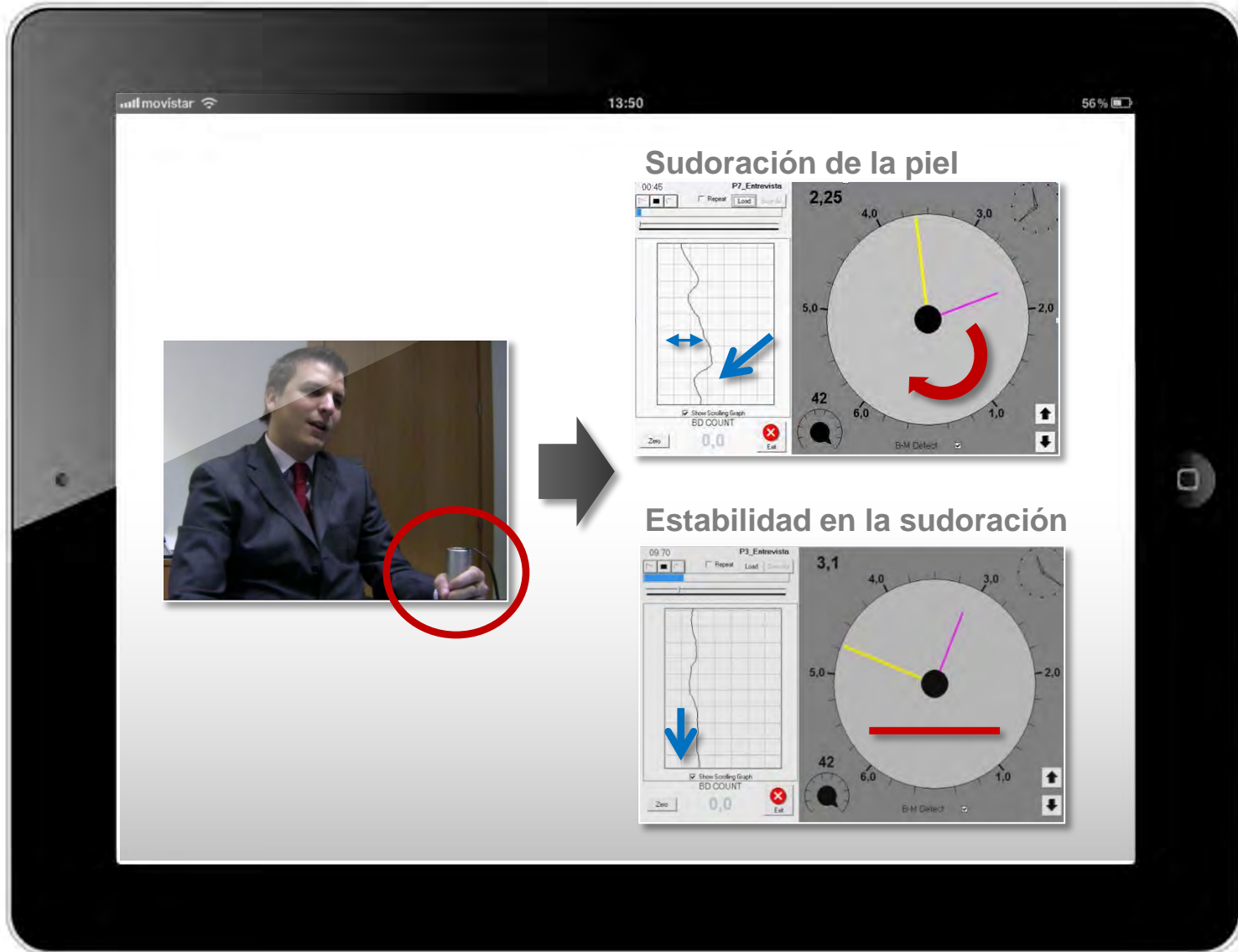


Psico-galvanómetro



¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España



¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España



¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España

“Te dan facilidades...te simplifican las cuotas en una no es simplemente que tu pones es como que el banco te regala”

“Son como funcionarios, pa ellos eres un personaje que aparece por ahí su banco casi q molestas”

“Es uno de los bancos que tuvieron que salvar”

“El trato directo, que te llaman, que se pongan en contacto contigo para cada cosa, a mí me sorprendió eso quizás por la falta de costumbre”

“No me resolvían nada cuando iba a la oficina, la gente que estaba allí en la mesa al final te decían lo que podías leer en unos papeles, no te resolvían nada nuevo las personas, me harte y me fui...”

“No me parece lícito tener a una persona esperando de pie 1 hora sin dar un servicio óptimo, sin estar diciendo el problema es este, ellos están muy ocupados allí...”

cuando iba a la oficina, la gente que estaba allí en la mesa al final te decían lo que podías leer en unos papeles, no te resolvían nada nuevo las personas, me harte y me fui...”

“Parece que es un banco fuerte, que está bien gestionado profesionalmente”

“Me dijeron que era el mejor en el tema de comisiones, conveniente para mí por el tema de ahorro”

“Parece q debía un favor a esa entidad bancaria, tenía que agradecerles cualquier gestión”

propaganda que hace me encuentro una realidad que es muy distinta a lo que ellos propagan”

“Te dan facilidades...te simplifican las cuotas en una no es simplemente que tu pones es como que el banco te regala”

“Es una política de banco, no creo que sea una persona en concreto ha cambiado el comercial y el trato es el mismo”

“La aplicación web es del siglo pasado, por tanto cuesta bastante hacer ciertas gestiones a parte del aspecto visual la usabilidad es de hace 15 años”

“Me decían que podía hacer una cosa, me lo garantizaban, ibas a implementar lo que te habían dicho y no funcionaba... son situaciones chocantes... parece que no conocen la mecánica del producto”

“Que un banco tan grande me llamara; yo soy tan pequeña... que se fijen tanto en las personas... incluso se lo conté a la gente”

“Está jugando con el cliente y dándole unos depósitos mayores de los que da el mercado, nadie da duros a 3 pesetas, qué pasa si el banco se va un día a pique”

EXPERIENCIAS CONCRETAS, PUNTUALES O REITERADAS, QUE DESENCADENAN EMOCIONES



¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España

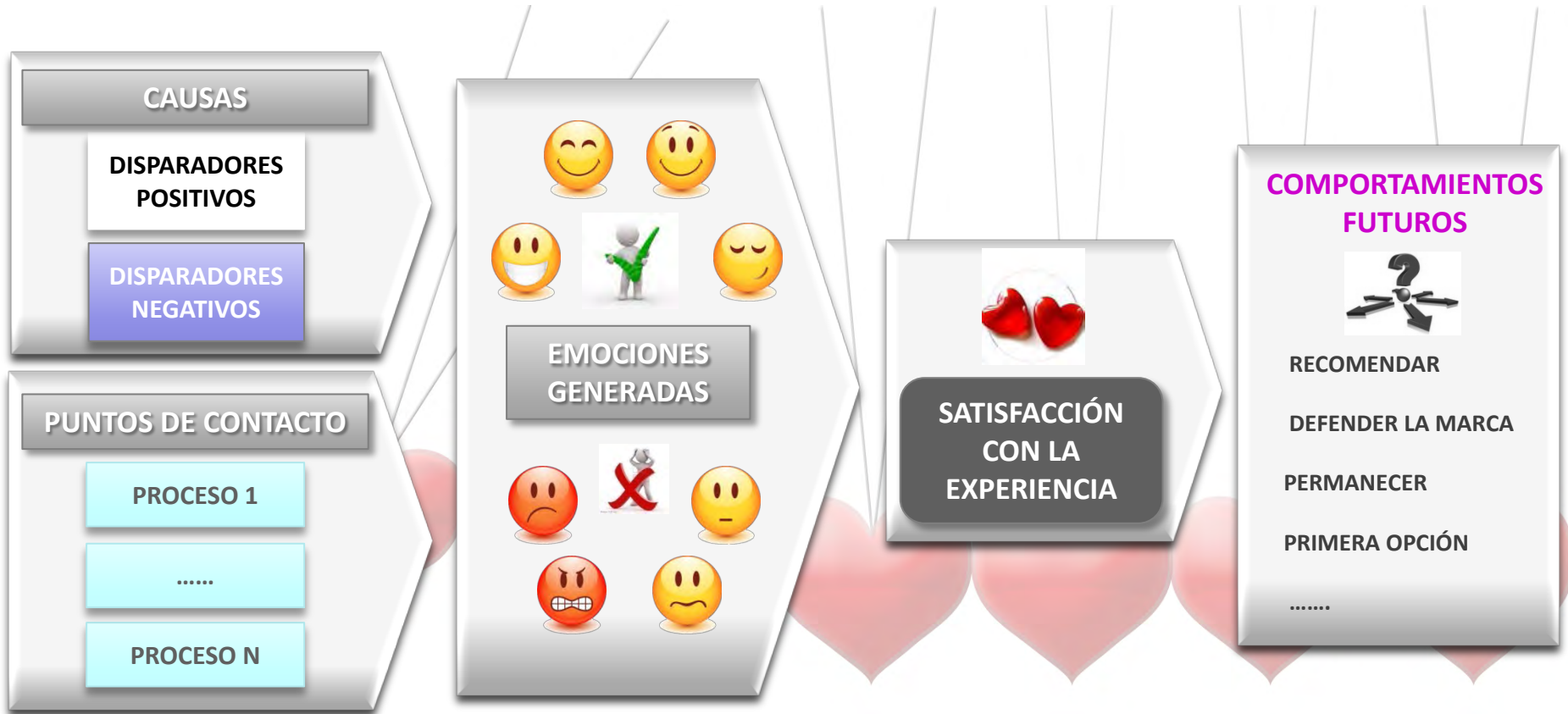
1. 30 entrevistas en profundidad acerca de las emociones que se han sentido en el pasado (relacionadas con la banca)

2. Medición de «emociones inconscientes» DURANTE cada entrevista

3. Investigación Cuantitativa

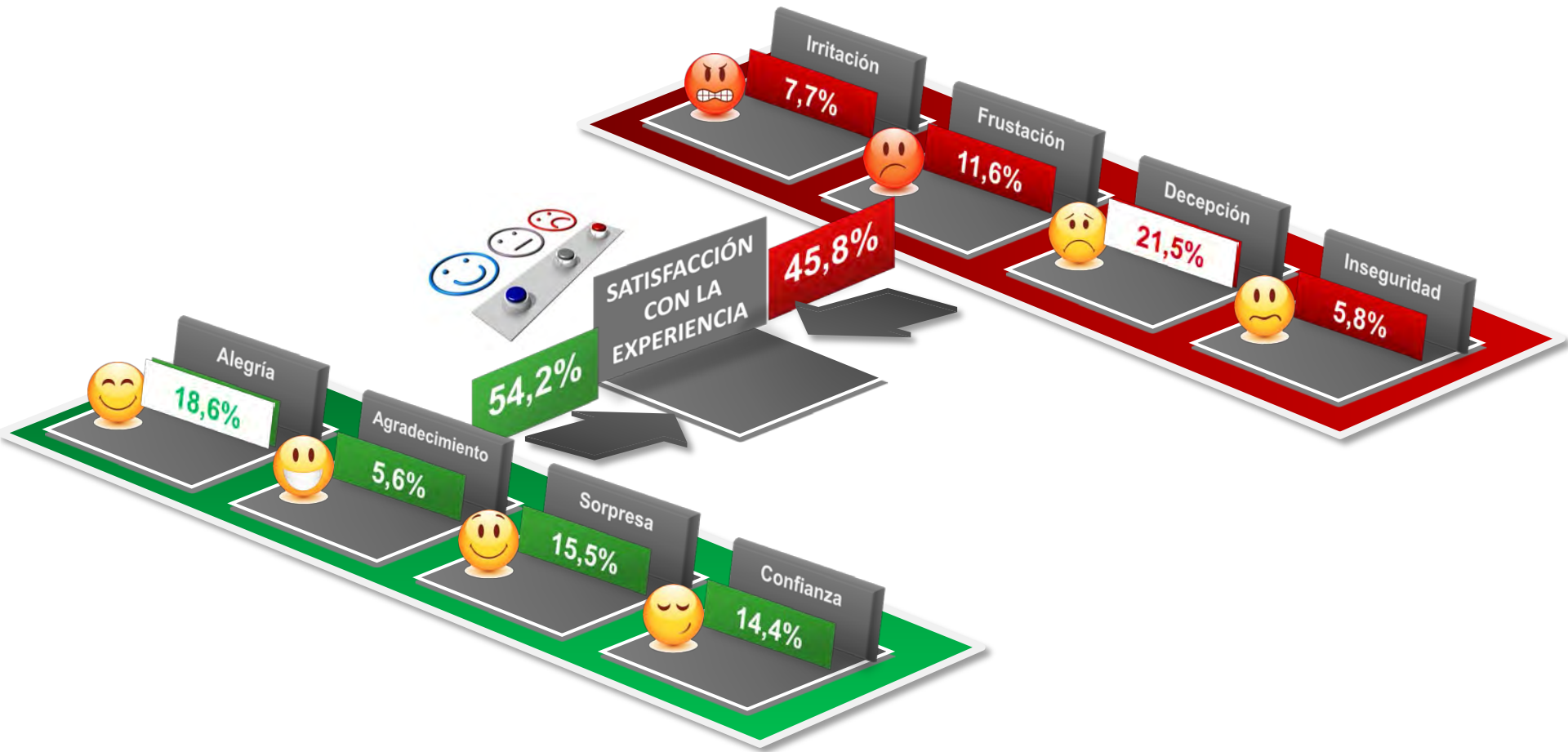


FEELINGS EXPERIENCE MANAGEMENT®



¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España



EMOCIONES

PERSONAL OFICINA



POSITIVAS

34,5%

NEGATIVAS

65,5%

PUBLICIDAD



POSITIVAS

79,2%

NEGATIVAS

20,8%



¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España



Datos Facilitados por © Emo Insights.
Feelings Experience Management FEM®.

Eleng Aja
Fan of Experiences

¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España



¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España

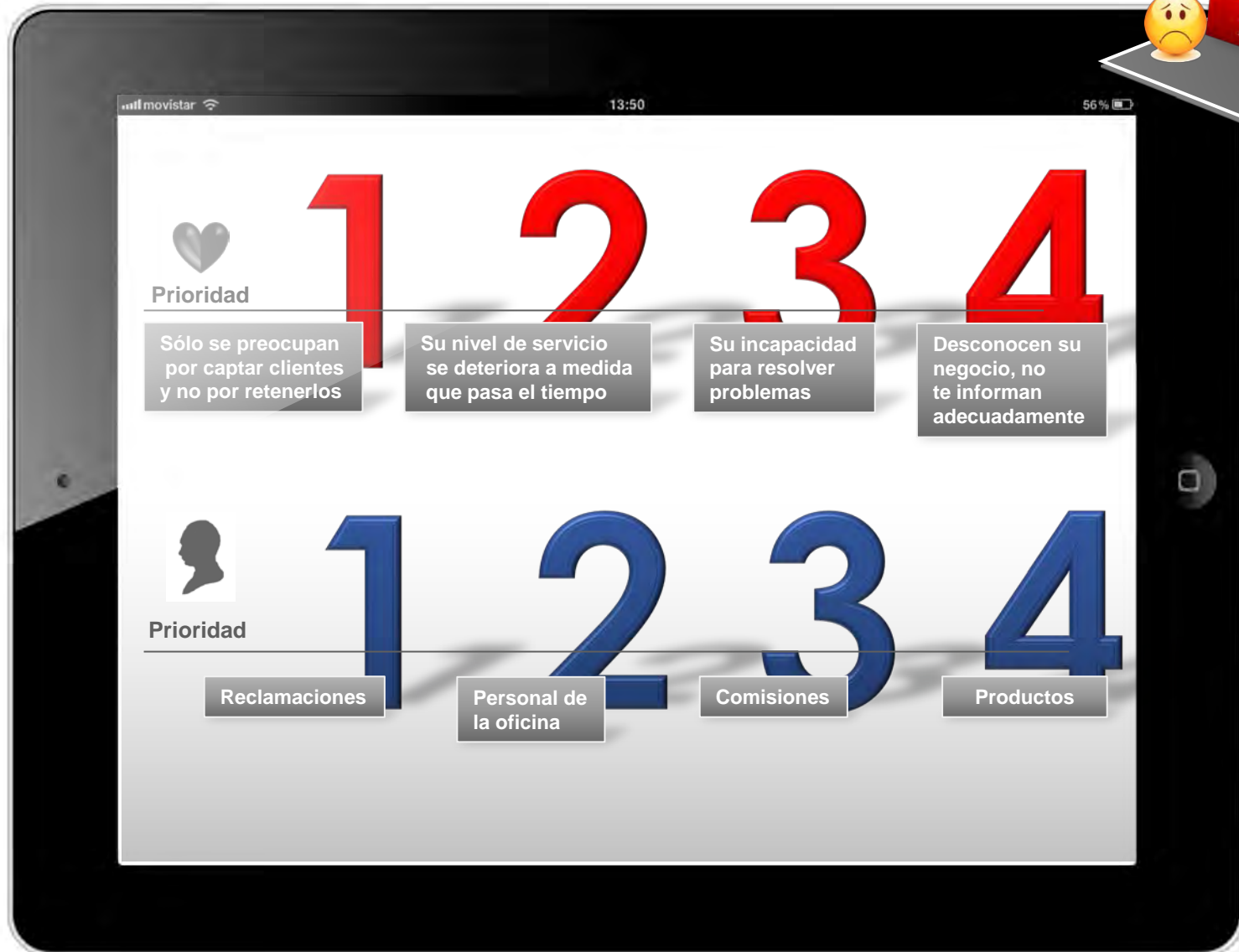


Datos Facilitados por © Emo Insights.
Feelings Experience Management FEM®.

Eleng Aja
Fan of Experiences

¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España



¿CÓMO GESTIONAR EMOCIONES EN BANCA?

1er Estudio de Emociones en Banca de Particulares en España



Datos Facilitados por © Emo Insights.
Feelings Experience Management FEM®.

Eleng Aja
Fan of Experiences





EXPERIENCIA









PERCEPCIÓN



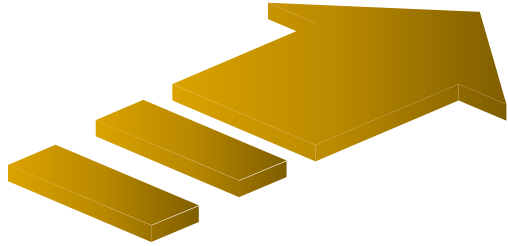
ESTADO



COMPORTAMIENTO

Efecto

Causa



P.
P
E
R
C
I
B
I
D
O
S

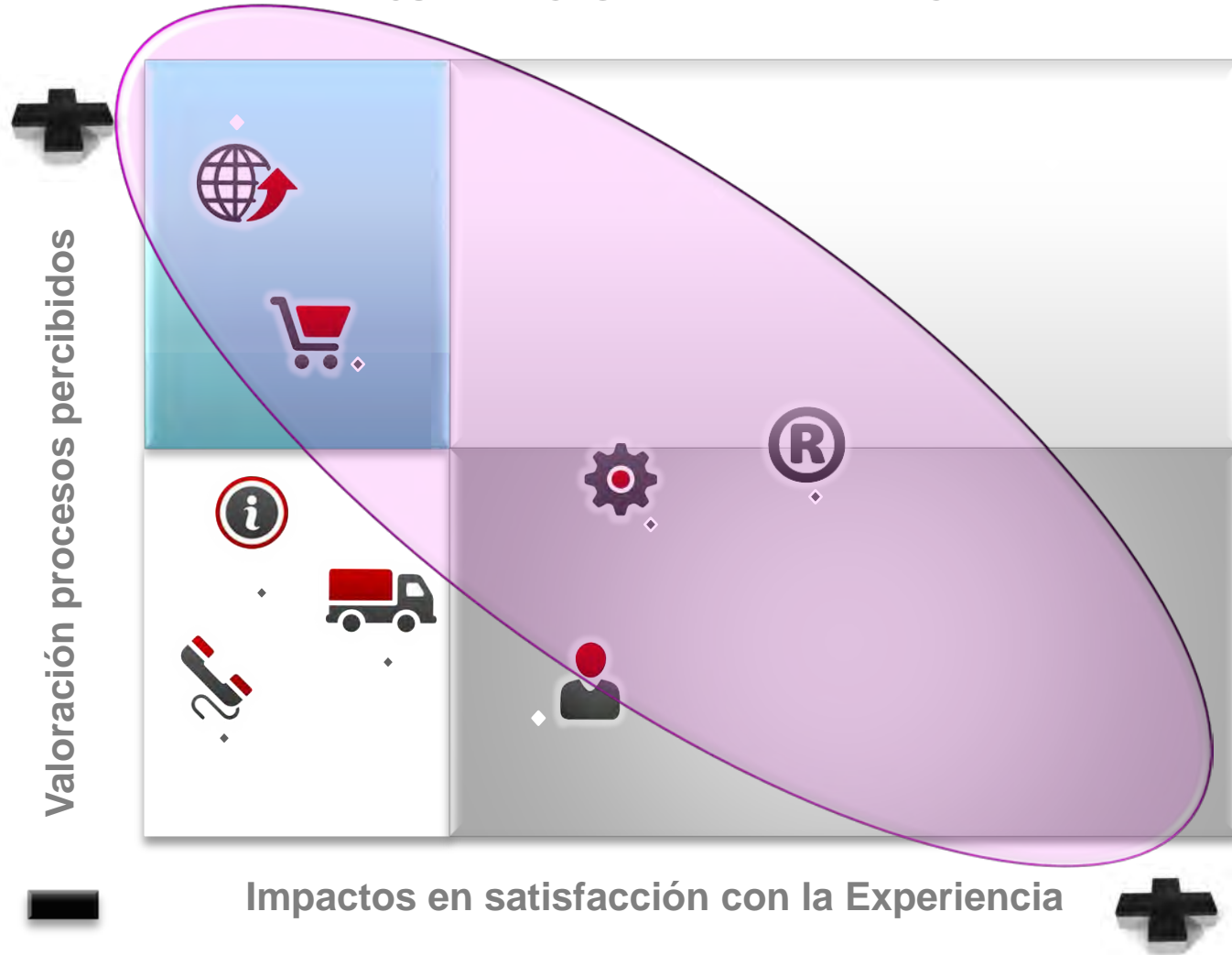
Experiencia del Cliente



Comportamientos



PERCEPCIÓN DE LOS PUNTOS DE CONTACTO Y SU IMPACTO EN LA EXPERIENCIA



Experiencia del Cliente



P.
P
E
R
C
I
B
I
D
O
S



Comportamientos

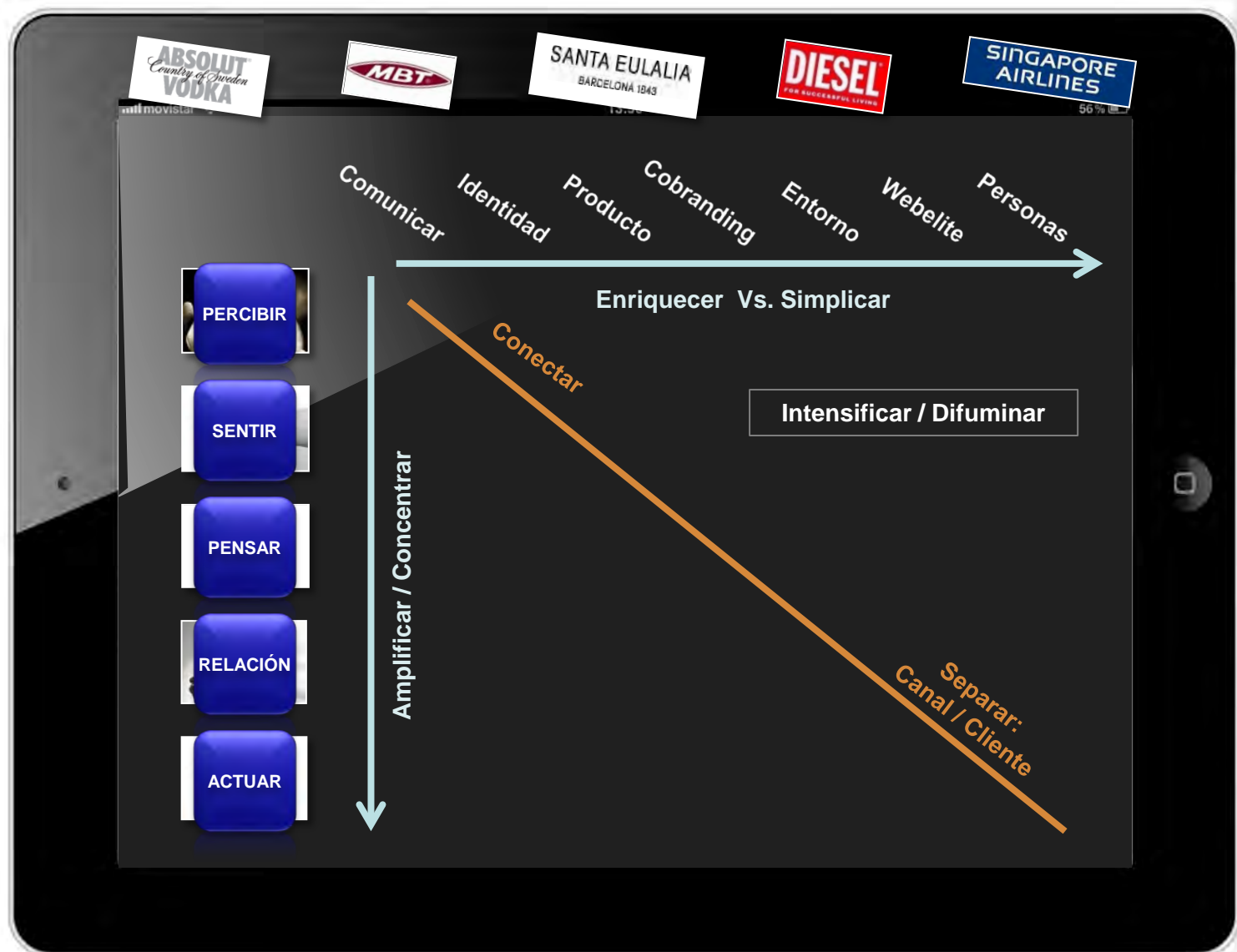


PERCEPCIÓN DE LOS PUNTOS DE CONTACTO Y SU IMPACTO EN LA EXPERIENCIA









PERCEPCIÓN DE LOS PUNTOS DE CONTACTO Y SU IMPACTO EN LA EXPERIENCIA





PERCEPCIÓN DE LOS PUNTOS DE CONTACTO Y SU IMPACTO EN LA EXPERIENCIA



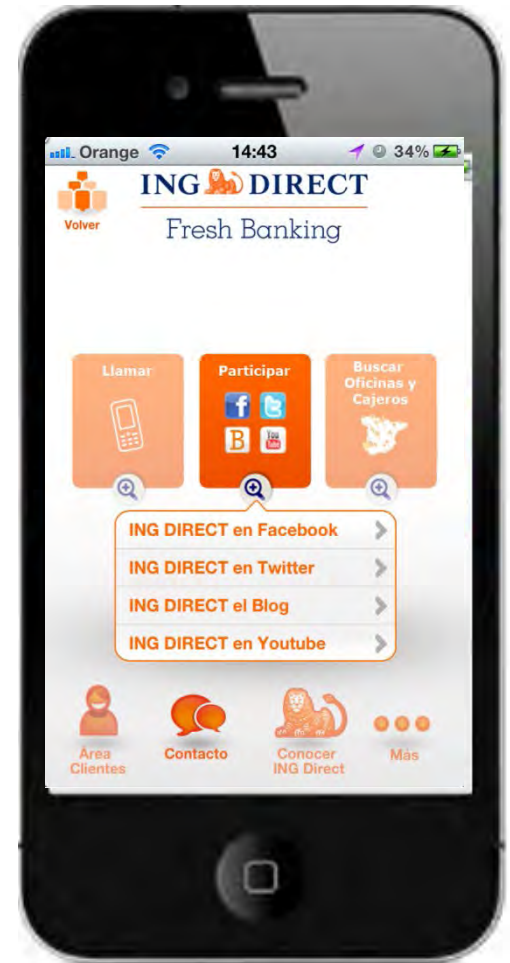






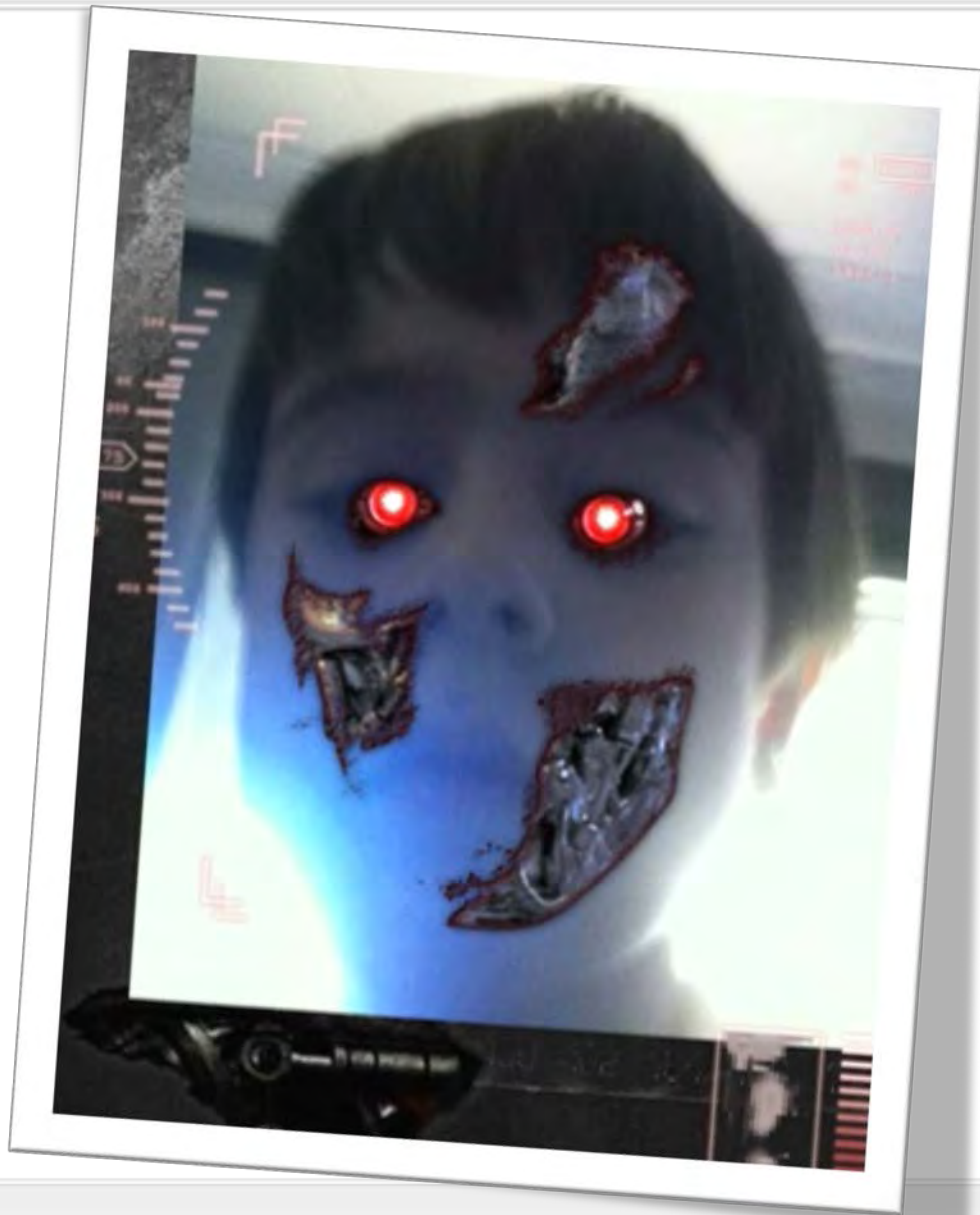






Y para terminar.....

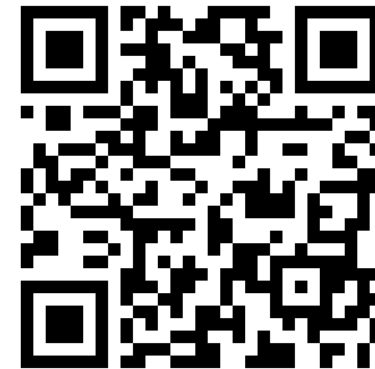




Muchas Gracias!!!

Elena Alfaro
Fan of Experiences

elena@marketingexperiencial.es
[@elena_alfaro](https://www.instagram.com/elena_alfaro)



Blog
www.elenaalfaro.com/blog

elenaalfaro.com
Apartado **Profesor y Conferenciante**
Palabra mágica: **CLAB2012**

