

Customer Journey

Crea el Customer Journey definitivo

En la actualidad, la Omnicanalidad no es suficiente para los Consumidores. Necesitan que conozcas su viaje completo y que implementes mejoras en tus continuas interacciones con ellos. Por ello el Journey Excellence Score viene a proporcionarnos toda la información que necesitamos para mejorarlo.

JES



Journey



Excellence



Score

El **JES (Journey Excellence Score o Puntuación del Viaje del Cliente)** es un baremo omnicanal analítico que combina cientos de atributos de distintos puntos de contacto, resultados de las encuestas a Clientes y puntuaciones de sentimiento que evalúan el conjunto del viaje del cliente, y que, en última instancia, nos permite optimizarlo.

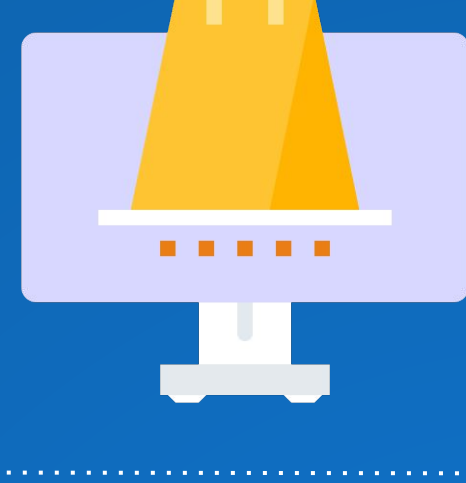
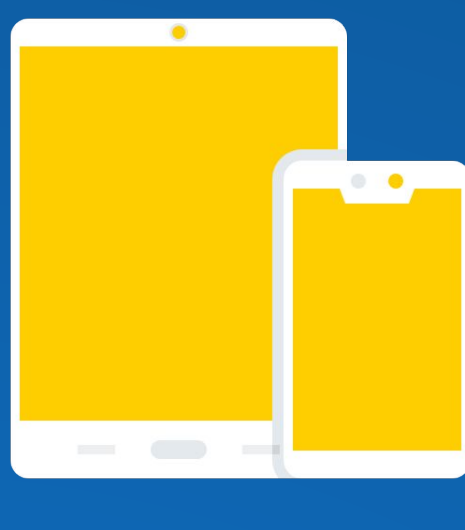


90%

de los clientes exige y espera una experiencia consistente al interactuar con las marcas o empresas, sea cual sea el dispositivo o canal usado

61% de los usuarios interactúa con las compañías mediante más de un canal para resolver alguna incidencia...

... y el 95% de consumidores utiliza al menos 3 canales o dispositivos para interactuar con el Servicio al Cliente



42%

de los clientes considera muy útil que las tiendas físicas conociesen la búsqueda online que han realizado

45%

de los usuarios espera que los empleados de las tiendas conozcan qué productos están sólo disponibles vía online



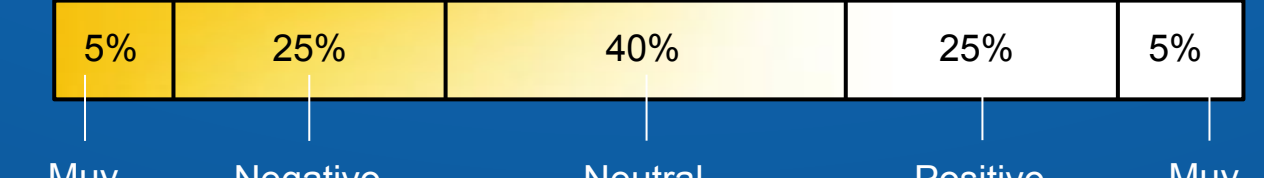
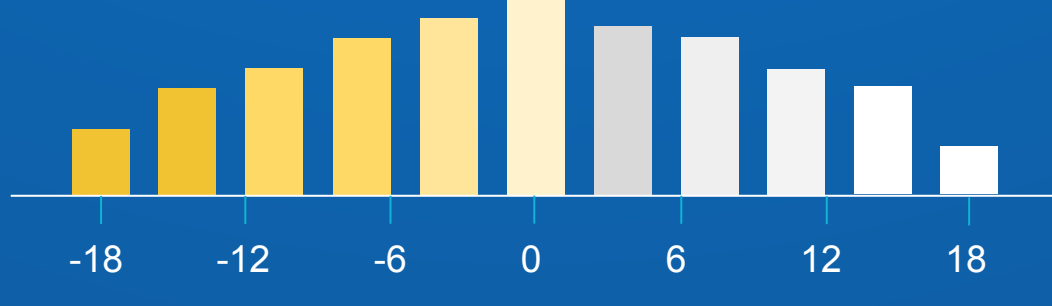
¿CÓMO FUNCIONA?

1. Selección de los indicadores de calidad de la experiencia
2. Creación de un conjunto de datos para la formación y la validación
3. Análisis de las características del viaje del Cliente
4. Transferencia del conjunto de datos a un algoritmo de IA para que estime el valor JES de diferentes tipos de viaje
5. Validación del modelo

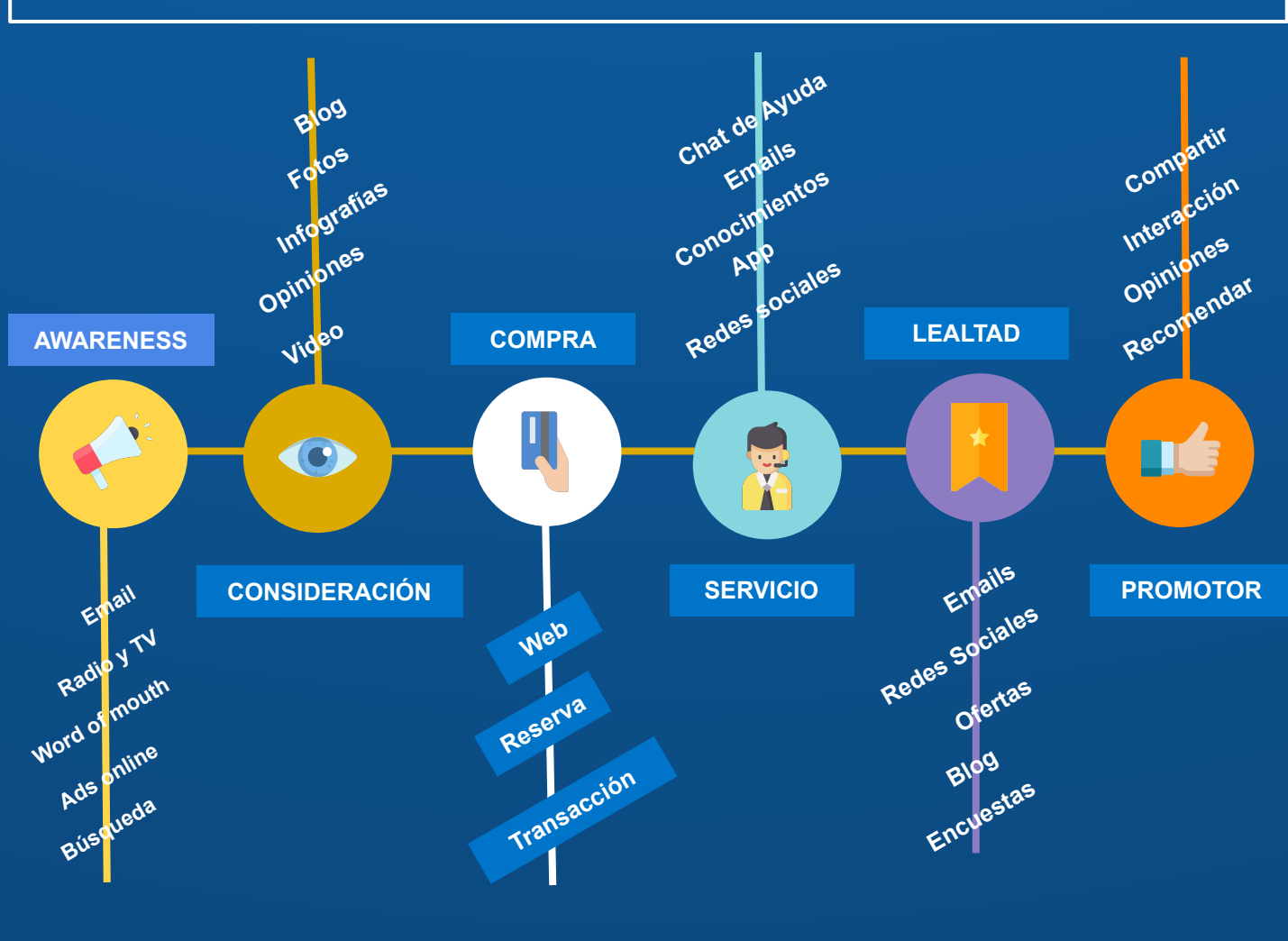
¿Qué es y para qué sirve el VoC?

El poder de la Voz del Cliente

En las compañías cuya actividad requiere mantener llamadas con los Clientes, el análisis de dichas llamadas permite obtener el Sentimiento de cada grabación, detectando los momentos clave del Customer Journey que causan ese sentimiento (positivo, neutro o negativo) en cada una de las grabaciones.



¿Cómo es el Customer Journey del Cliente actual?



BENEFICIOS



MEJORA LA EFICIENCIA OPERACIONAL



REDUCE EL TIEMPO DE ANÁLISIS



APORTA UN GRAN NÚMERO DE INSIGHTS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

Un Customer Journey bien diseñado mejora la experiencia de Cliente y convierte a más usuarios en promotores. Múltiples estudios avalan que estos Promotores de la marca cuestan menos recursos de mantener y gastan más en nuestros productos.