

#6CX Summit

COHERENCIA EN LA EXPERIENCIA

La conexión que une

El pasado 3 de octubre celebramos nuestro Sexto Customer Experience Summit, en el que tuvimos el honor de contar con tres destacadas panelistas, cada una aportando su valiosa experiencia desde diferentes áreas. Gracias a **Ivonne Müller, Loreto Ramírez y Giselle el-Masou** llenamos el evento de conocimiento y aprendizajes que enriquecieron cada momento.



VanTrust Capital

IVONNE MÜLLER | Gerente de Clientes y Calidad

COHERENCIA EN LA EXPERIENCIA



Ivonne Müller, en su función como Gerente de Clientes y Calidad en Vantrust, ofreció una perspectiva detallada sobre la interdependencia entre la experiencia del colaborador (EX) y la experiencia del cliente (CX), basándose en su experiencia en Citibank, donde se implementó por primera vez el Net Promoter Score (NPS) en Chile. La premisa central fue que **"La forma en que tus colaboradores se sienten es la forma en que tus clientes se sentirán"**, usando esto como base para mejorar la relación cliente-colaborador.

Implementaciones Clave | "¿Qué hemos hecho?"

- **Claridad en Roles:** Asegurar que los colaboradores comprendan sus responsabilidades y cómo estas impactan la CX.
- **Herramientas y Recursos:** Proporcionar los medios necesarios para superar las expectativas de los clientes, incluyendo capacitación continua.
- **Evaluaciones Continuas:** Uso del NPS y encuestas internas para medir la experiencia de colaboradores y clientes.
- **Colaboración Interdepartamental:** Integración de los equipos de Gestión de Personas y Clientes para alinear objetivos y estrategias.

Resultados y Conclusiones

El enfoque integrado ha resultado en un NPS de 61, indicando del éxito en la alineación de EX y CX. La estrategia de Vantrust Capital subraya la importancia de mantener una coherencia organizacional que beneficie tanto a colaboradores como a clientes, destacando la necesidad de una **estrategia coherente** y continua que **involucre a toda la organización**.



LORETO RAMÍREZ | Gerente de Personas

COHERENCIA LIDERAZGO EJECUCIÓN



Loreto Ramírez, compartió su experiencia en el liderazgo como herramienta esencial para la ejecución de la estrategia empresarial. Describió el cambio de enfoque en Burger King, de una marca centrada en vender productos a una que ofrece experiencias enriquecedoras, subrayando el nuevo propósito de la compañía: **"BK existe para hacer tu vida más sabrosa, empoderándote para que lo hagas a tu manera"**.

Cambios y Desafíos Implementados en BK

- **Transición Operativa:** De la preparación de hamburguesas prefabricadas a hacerlas al momento, lo que implicó un cambio significativo en las operaciones y la cultura laboral.
- **Empoderamiento del Líder:** El líder se convierte en un vehículo entre la estrategia y la ejecución, y un embajador de la experiencia tanto para colaboradores como para clientes.
- **Reducción de Rotación:** Implementación de estrategias que resultaron en una disminución de más del 50% en la rotación de empleados, mejorando la estabilidad y la cohesión del equipo.

Lecciones Aprendidas y Estrategia de Liderazgo

- **Modelo de Liderazgo 360°:** Creación de un modelo de liderazgo que promueve la colaboración y rompe silos operativos.
- **Cohesión entre Cultura y Estrategia:** Alineación de los liderazgos con los valores corporativos y las necesidades estratégicas, logrando que la dirección y el personal operativo compartan un lenguaje común y objetivos claros.
- **Implementación en Fases:** Un enfoque paso a paso en la transformación de la cultura y la estrategia de liderazgo, enfatizando la paciencia y la adaptabilidad durante el proceso.

Conclusiones

El liderazgo no solo impulsa la estrategia, sino que también protege y promueve la cultura de la empresa, asegurando que los cambios sean sostenibles y que el equipo se mantenga comprometido y motivado.



GISELLE EL-MASOU | Gerente de Experiencia

CÓMO CONECTAMOS LA CULTURA CON LA ESTRATEGIA



Giselle El-Masou, compartió su enfoque en cómo la experiencia profunda y auténtica conecta directamente con la estrategia organizacional de la empresa. Explora, fundada en 1993, se dedicó desde sus inicios a acercar a las personas a una exploración profunda de los territorios remotos de la Patagonia.

DESARROLLO Y TRANSFORMACIONES

- **Propósito y Cultura:** El propósito actual de Explora, "Explorar territorios remotos como un viaje hacia la conservación" es el resultado de un fuerte y auténtico legado que se ha mantenido desde los inicios, a pesar de los cambios y transformaciones de la compañía.
- **Integración de la Estrategia:** Explora se ha enfrentado al desafío de mantener su propósito original mientras se adapta a cambios significativos. La gestión incluye una profunda conexión entre la cultura de la empresa y las experiencias individuales de los viajeros y de los colaboradores.

ENFOQUE EN LOS GUÍAS

- **Capacitación y Rol del Guía:** Los guías son centrales en la entrega de la experiencia de Explora. Se enfatizó en la importancia de seleccionar y capacitar a los guías no solo en conocimientos técnicos sino en la capacidad de transmitir la esencia de Explora. La formación inicial y continua de los guías busca asegurar que puedan acompañar a los viajeros a través de una experiencia transformadora.
- **Personalización del Aprendizaje:** Se ha implementado un enfoque más personalizado en la formación de los guías, asegurándose de que cada uno pueda contribuir a la experiencia del viajero de manera significativa y coherente con los valores de Explora.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

- **Experiencia Transformadora:** La experiencia de Explora no solo cambia la perspectiva de los viajeros sino también la de los guías, creando un ciclo virtuoso de aprendizaje y crecimiento personal.
- **Evaluación y Mejora Continua:** La organización utiliza herramientas como el NPS para medir la satisfacción y ha establecido programas para mantener la conexión y el desarrollo continuo de los guías.

#6CX Summit