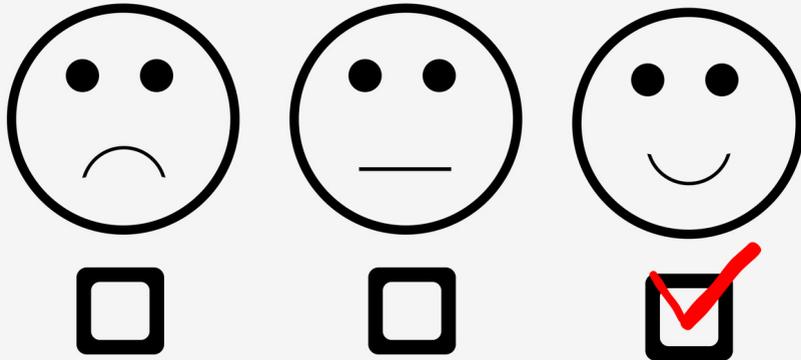


Mystery 360°

*Desarrollando la propuesta de valor de tu empresa
a partir de la perspectiva del cliente.*



Mystery 360°



Ficha Técnica de la Solución

DIRIGIDA A: Compañías que tienen un alto nivel de compromiso con mejorar las percepciones de los clientes y que quieren desarrollar acciones para optimizarlas.

OBJETIVOS: Proporcionar un conocimiento profundo sobre cómo percibe el cliente la propuesta de valor de la empresa cuando interactúa con ella y definir un plan para optimizar la experiencia del cliente que cuente con el respaldo de la organización.

FORMATO: La solución combina diferentes tipos de actividades:

- ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE CLIENTE con los responsables de la compañía.
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO para analizar las interacciones con los cliente (ya sean presenciales o remotas: por teléfono, email, etc.).
- SESIÓN DE DESARROLLO en la que la propia organización se compromete a impulsar acciones de mejora.

Desarrollando la propuesta de valor de tu empresa a partir de la perspectiva del cliente.

En los últimos años el mercado ha cambiado mucho por la creciente intensidad competitiva, el aumento del nivel de exigencia de los clientes y el desplazamiento de la actividad comercial al entorno on-line. En este contexto, para muchas empresas hay una fase crucial del funcionamiento del negocio en la que es necesario que se perciba de forma clara su propuesta de valor: los momentos de interacción con el cliente. Por ello, conocer con profundidad las percepciones del cliente cuando tienen contacto con la empresa y gestionar su experiencia (*Customer Experience Management: CEM*) para optimizarla es clave. **Con el objetivo de responder a esta necesidad, Mystery 360° propone un proceso de análisis de la experiencia del cliente y de definición de un plan consensuado para mejorarla con importantes ventajas:**

ENFOQUE DE A+ WORKSHOP PARA OPTIMIZAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: Frente al enfoque exclusivamente analítico de los mystery shopping convencionales, Mystery 360° es un completo proceso de revisión del modelo de interacción con el cliente que permite implantar acciones de mejora más efectivas y con mayor respaldo de toda la organización. Para lograrlo, se siguen las siguientes fases:



SESIONES FACILITADAS POR UN SOLUTION EXPERT ESPECIALIZADO EN CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT que conduce el programa desde su propia experiencia como responsable comercial y con una metodología innovadora.