



Click&Sell

Soluciones en e-commerce para su negocio

[Más información](#)


ecommerce news

[EMPLEO](#) · [SUSCRÍBETE](#) · [REVISTAS](#) · [EVENTOS](#)

Actualidad

La Optimización del Customer Journey como pilar de la Estrategia Digital

30 MARZO, 2015

0

Por: [Pedro Pablo Merino](#)

LuceCEM, el área de negocio de **LUCE IT** (Advanced IBM Business Partner), dedicada a la mejora de la experiencia de los clientes, organizó la pasada semana en Madrid, la tercera edición de su exclusiva serie de eventos sobre Customer Experience, celebrada en la Torre de Cristal.

En esta ocasión el evento, moderado por **Evelyn Weiss, Subdirectora General de LUCE IT**, ha contado como ponentes invitados con **D. Pablo de Echanove (eCommerce & Business Development Manager en Woox Innovations (Philips Electronica))** y **Javier Ildefonso (inversor y Profesor Asociado en IE Business School)**. Entre los asistentes se encontraban más de 20 profesionales referentes en el ámbito del eCommerce, Marketing Online, Customer Experience y Tecnología de importantes compañías nacionales e internacionales de los sectores Seguros, Banca, Retail, Distribución, Logística, Utilities y Viajes.

Durante la sesión se ha reflexionado sobre la necesidad de ir más allá a la hora de mejorar la experiencia de los clientes, sobretodo en la actual era de la "economía colaborativa". Según datos publicados por Forbes relativos al último informe de Vision Critical "Sharing is the new buying", el 91% de los clientes de las empresas de economía colaborativa (tipo Uber, Airbnb, Netflix, etc.) recomienda el último servicio utilizado a un amigo o conocido. Lo más llamativo es que ese nivel de respaldo y apoyo de los clientes no lo tienen ni tan siquiera grandes marcas con productos extremadamente diferenciales.

Y es que esa confianza la han conseguido a base de obsesionarse por la calidad de las experiencias que proporcionan a sus clientes. Ese es su gran valor diferencial. Estas compañías han buscado acercarse a sus clientes de una forma muy íntima y guían todas sus acciones en base a los datos y la información recogida sobre la experiencia de los clientes, utilizando estos baremos como sus controles de calidad internos, como es el caso de Airbnb. El objetivo es proporcionar una experiencia consistente y sencilla, que haga la vida de sus clientes más fácil, sin obstáculos y sin dificultades.

Según Forrester, sólo el 25% de los profesionales considera que los programas de mejora de la experiencia de los clientes de sus empresas realmente funcionan. La principal razón es que normalmente se centran en encontrar problemas y solucionarlos con más contenido, formación o herramientas de auto-servicio, cuando realmente la fidelización de los clientes viene de la anticipación a sus necesidades, proporcionándoles lo que necesitan sin que tengan que pedirlo. Para ello es necesario ponerse "en los zapatos del cliente", tener una visión 360 de su Customer Journey y detectar de forma temprana sus obstáculos para de forma proactiva cubrir sus necesidades.

En ese sentido, **durante la sesión se han analizado los distintos puntos del Customer Journey**, haciendo principal énfasis en la importancia de la Omnicanalidad y cómo el uso de

Llevamos tu negocio por

Red europea en
37 países
662 delegaciones

902 102 735
www.gls-group.eu

Suscríbete

Recibe todas las novedades de Ecommerce News diariamente

 Acepto los [términos y condiciones](#)

Síguenos



Destacados Opinión

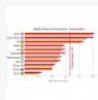
Patrocinado por:



Chanel prepara e-commerce en España



La Comisión Europea lanza una herramienta para facilitar las ventas online transfronterizas



El móvil supone el 30% de las ventas de comercio electrónico en España



Las ventas mundiales de comercio electrónico llegaron a los 200.000 millones de dólares en 2014

herramientas como IBM Tealeaf son fundamentales para tener una visión completa de los clientes en los canales digitales, lo cual es clave para detectar de forma efectiva posibles problemas y priorizar las distintas áreas de mejora en base a los datos de lo que le ocurre a los clientes, en lugar de sólo opiniones de expertos.

Este mismo mes de Marzo, LuceIT ha recibido el premio al mejor partner de eCommerce de IBM debido a su exitosa trayectoria y amplia experiencia en el ámbito del eCommerce y la mejora de la experiencia de los clientes en los canales digitales.



Soluciones avanzadas de pago digital.

Con Snap* acepta pagos en segundos



Impacto

¿Qué te pareció este artículo?

★★★★★ 1 Valoraciones

👁 294 💬 0

Compartelo en:



Recomendar

Recomendar

- @proyectofast
- @Xabier_Rivas
- @Xabier_Rivas
- @PeruEcommerce
- @Xabier_Rivas
- @GonzaloGN2
- @PeruEcommerce
- @Please_HQ
- @Xabier_Rivas

Deja un comentario

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos necesarios están marcados *

Nombre *

Correo electrónico *

Web

Comentario

Puedes usar las siguientes etiquetas y atributos HTML: <abbr title=""> <acronym title=""> <blockquote cite=""> <code> <del datetime=""> <i> <q cite=""> <strike>

Publicar comentario

Relacionados

IBM crea una nueva unidad de Internet de las Cosas en la que invertirá 3.000 MM\$

Rich SMS: La evolución del SMS marketing



¿Cuál es el Top commerce en...



España tiene conectados qu... (infografía)



'La logística p fuera de la traba importa'

Último número



Encuesta

Lo sentimos, en estos momentos no podemos mostrarle la encuesta.