



# CUSTOMER EXPERIENCE

---

NO VENDES POR QUE NO TE RECUERDAN





# TODO SE VENDE

---

El mundo se mueve por las ventas



# “The best seller is not a seller”

---

¿Eres profesional o amateur?

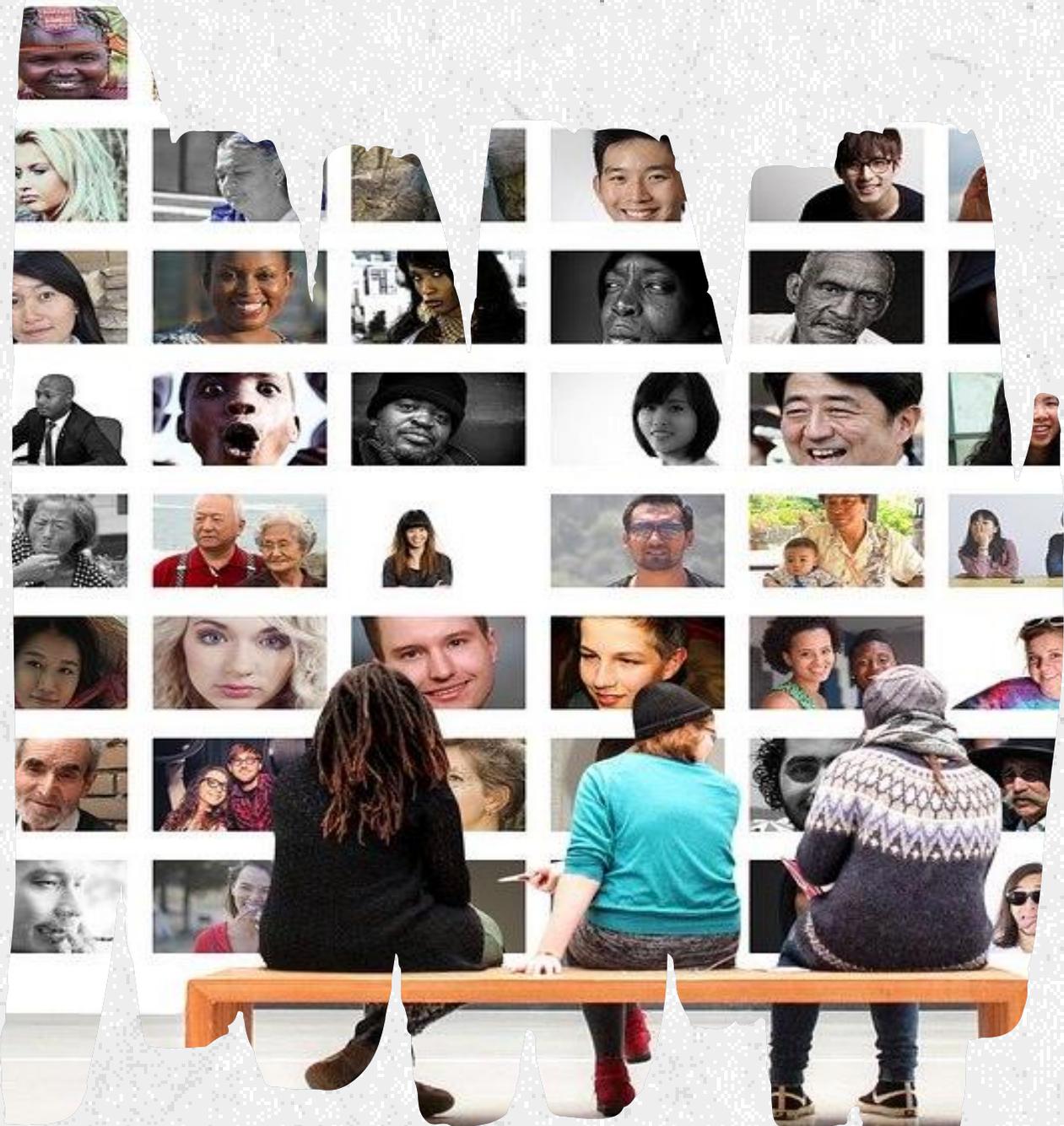
# LA VENTA MÁS IMPORTANTE DE TU VIDA

---

Vendéte lo a ti.

No hay escasez de dinero.





# ESTÁS EN EL NEGOCIO DE LAS PERSONAS

---

El cliente tiene desconfianza.

El cree lo que ve.

¿A quien le vendo?

# DAR DAR DAR

---

Problemas= Oportunidades





# Actitud

---

“Una actitud positiva es 100 veces mejor que el mismo producto”

“Tratalos como si fueran millonarios”



# EL NUEVO CLIENTE

---

- Conectado 24/7
- Super Informado.
- Desconfía de la Publicidad (la evade)
- Espera OFERTAS o BENEFICIOS(Gratis)
- Comunicación inmediata por canal de preferencia.
- Es consiente de su voz, Desacredita ofertas y promueve experiencias memorables.
- Espera comunicación educacional y/o de valor. Convertir al cliente en su propio vendedor.
- Espera una Oferta Hiper personal.
- Lealtad y Fidelidad es menor.
- Completará del 30% al 60% sin que la empresa se entere.
- Experimenta un comercio sin frontera.



Customer experience  
o ¿magia?

# MOMENTOS DE CONTACTO

---



- Son instantes positivos o negativos que **marca la experiencia** que vive un Cliente al entrar en contacto con nuestra Organización.

<b>¿CUÁNDO?</b> <b>MOMENTO</b>	Ir al teatro	Comprar entradas	Esperar	Ingresar al teatro	Ingresar a la sala	Inicio de la obra	Intermedio	Performance	Fin de la obra	Salida de la sala	Salida del teatro
<b>TOUCHPOINT</b> <b>PUNTO DE CONTACTO</b>	Personal del CC.	Personal del Teatro	Personal del Teatro	Personal de Los Productores	Personal de Los Productores	Actores	Actores	Actores	Actores & Organizador	Personal de Los Productores	Personal de Los Productores
<b>EXPECTATIVA</b> <b>¿QUÉ ES LO QUE ESPERO?</b>	Buena atención, Información relevante	Buena atención, Información adecuada, información de las obras	Validación: Buena y cálida atención, Información sobre la zona de espera, zona de expendio de bb/aa	Cálida bienvenida, información sobre la obra, Rapidez	Buena atención, Rapidez para ingresar, Rapidez en la ubicación de sitios, asientos cómodos	Cálido recibimiento, explicación de la obra, y las reglas	Pausa para ir a los servicios, ir a comprar un aperitivo,	Buena actuación y que me hagan reir de rato en rato	Cálida despedida, de los actores y de los organizadores	Buena atención, y salida rápida	Cálida despedida, Información sobre próximas obras
<b>REALIDAD</b> <b>¿QUÉ ES LO QUE RECIBO?</b>	Desinterés, y no conocían, demora para llegar	Desinterés, Ubicaciones en una hoja impresa, poca claridad, nada de información de la obra	Desinterés, No me dejaron entrar al cafetín sin explicación	Desinterés, Demora a la hora de ingresar	Mala atención, Demora al ingresar a la sala, La ubicación VIP no era lo que esperaba, cómodos asientos	Buen recibimiento, Explicación clara de la obra, Y reglas un poco claras.	No hubo tiempo de pausas larga, sólo de breves 2 minutos que no permitió salir	Muy buena actuación, mucho humor sin faltar el respeto a la audiencia.	Cálida despedida de los actores, pero no de los organizadores	Desinterés, Demora al salir	Desinterés, nada de información de otras obras
<b>TERMÓMETRO</b> <b>¿CÓMO ME SIENTO?</b>											

## MAPA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE

ETAPA	PREVENTA				VENTA				POSVENTA			
Punto de Contacto												
Responsable												
¿Qué espera el cliente?												
¿Qué recibe el cliente?												
Sentimiento del Cliente												
												
												
Oportunidad de mejora												

Fecha de elaboración: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_



# TODO SE PUEDE MEJORAR

---

Reorientar Actividades (procesos) con enfoque a los clientes.

- Sentido funcional orgánico.
- Eficiencia





# EQUIPO CORRECTO

---

Organización de enanos.

Entender que lo que hacen importa.

Felicidad del colaborador.

“La sonrisa no se finge”



# Nuestra Oferta no Basada en Calidad sino en Experiencia

---

Tienes que ser genuino.

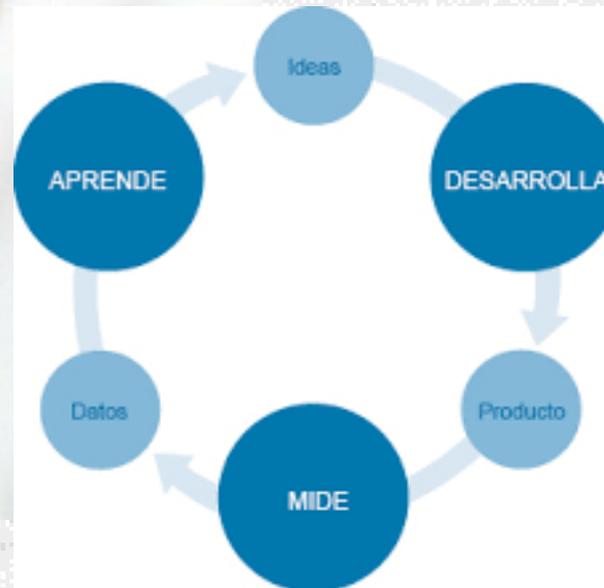
# Innovación

Cree un negocio próspero  
que cambie al mundo





# Lo que no se mide no se puede mejorar



Crea-Mide-Aprende  
Micro experimentos

# UNA NUEVA CULTURA

---

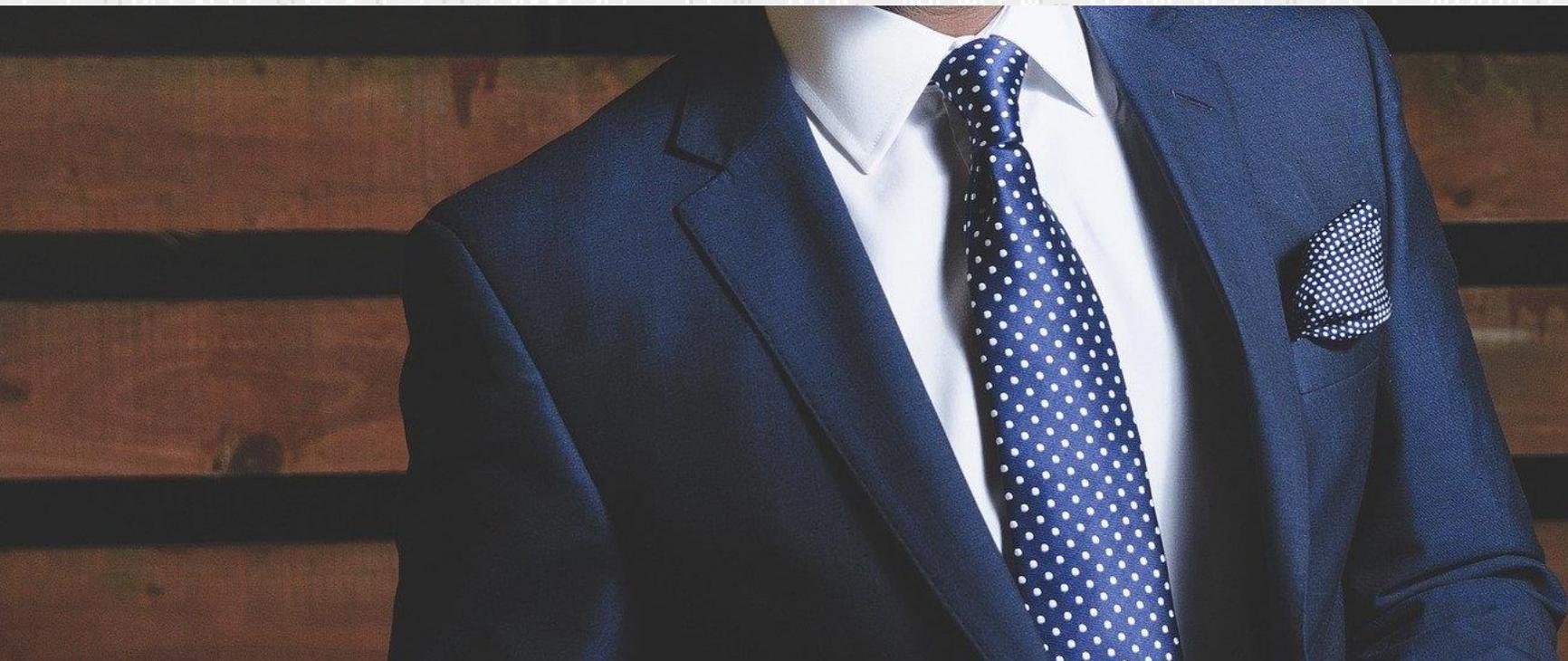
Cultura de reinvertir



PENDIENTES	EN CURSO	ACABADOS	VALIDADOS
EXPERIMENTO A	D	H	J
EXPERIMENTO B	F	I	
EXPERIMENTO C	G		

**“Fracaso no es lograr lo que te propusiste, Fracaso es no haberlo intentado.”**





## **URIEL OLIVER CONSULTING**

 **URIEL OLIVER**

 **951-593-11-58**

 **[Urielpzgury@gmail.com](mailto:Urielpzgury@gmail.com)**