

@albercordoba

@LukkapXperience

PIONEROS EN
EXPERIENCIA DE CLIENTE



lukap
customer experience

Transforming
the future.
Today.

 **Flame**
analytics

**CLAVES PARA LA INTEGRACIÓN
ON&OFF EN TIENDA:**
el espacio de diferenciación
para retail

Alberto Córdoba

Socio-director en Lukup Customer Experience



[albercordoba](#)



[/albertocordoba](#)



[experienciadecliente.com](#)

- Ingeniero industrial por ICAI y Digital Business Executive por el ISDI
- Pionero en Europa en Experiencia de Cliente desde 2005
- 18 años de experiencia en consultoría de transformación de empresas y personas
- Líder de importantes proyectos de Experiencia de Cliente para más de 250 empresas
- Experto en transformación digital, implantación estratégica, innovación multicanal y medición de la Experiencia de Cliente
- Ponente en eventos de referencia de Customer Experience y transformación digital en USA, Latam y Europa

Transformando el mundo desde CX

nº1

pioneros

en crear experiencias con una metodología propia

+80

países

de actuación, de los cuales 6 bajo la marca Lukkap

+300

clientes

y miles de proyectos



Transforming
the future.
Today.

1^{OS} EN HACER DE CX
LA FORMA DE...



... REINVENTAR EL MUNDO

Hacer realidad cosas, que hoy no existen,
que nos llevan a un mundo mejor.



LERROY MERLIN

LERROY MERLIN
URBAN

Person sitting on a bench



DECATHLON
Ortega y Gasset

DECATHLON

DECATHLON

DECATHLON

DECATHLON





GOYA 47

EN MEMORIA DE LOS 9 ESPAÑOLES
SUSCRITOS POR EL BANDA
BRODISTA CALIFORNIA C
EL DÍA 26 DE MAYO
DE 1979



Preescolar
y aprendizaje

TOYS R US
EXPRESS

ENTRADA



España = centro de pruebas



Miedo al Apocalipsis



La compra online hoy genera mejor experiencia



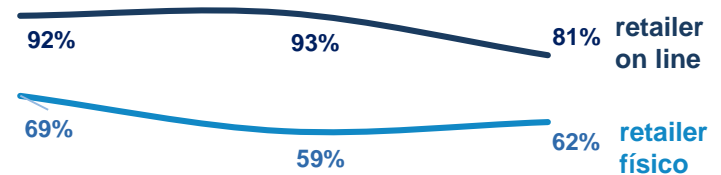
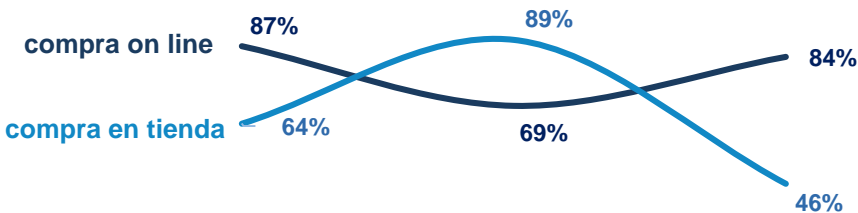
MODA



OCIO - HOGAR

79% **70%**

85% **67%**



Preevaluación

Devolución

Postcompra

Preevaluación

Devolución

Postcompra

El cliente de retail pide más, su **NPS lo demuestra**

 **-5%**

 **-6%**

 **-2%**



Tractor de tráfico



Complemento a compra online



Proyectos a medida



Pantallas por doquier  DIGITAL STORE



Zona para segmento clave



Talleres de formación



Devolución en tienda

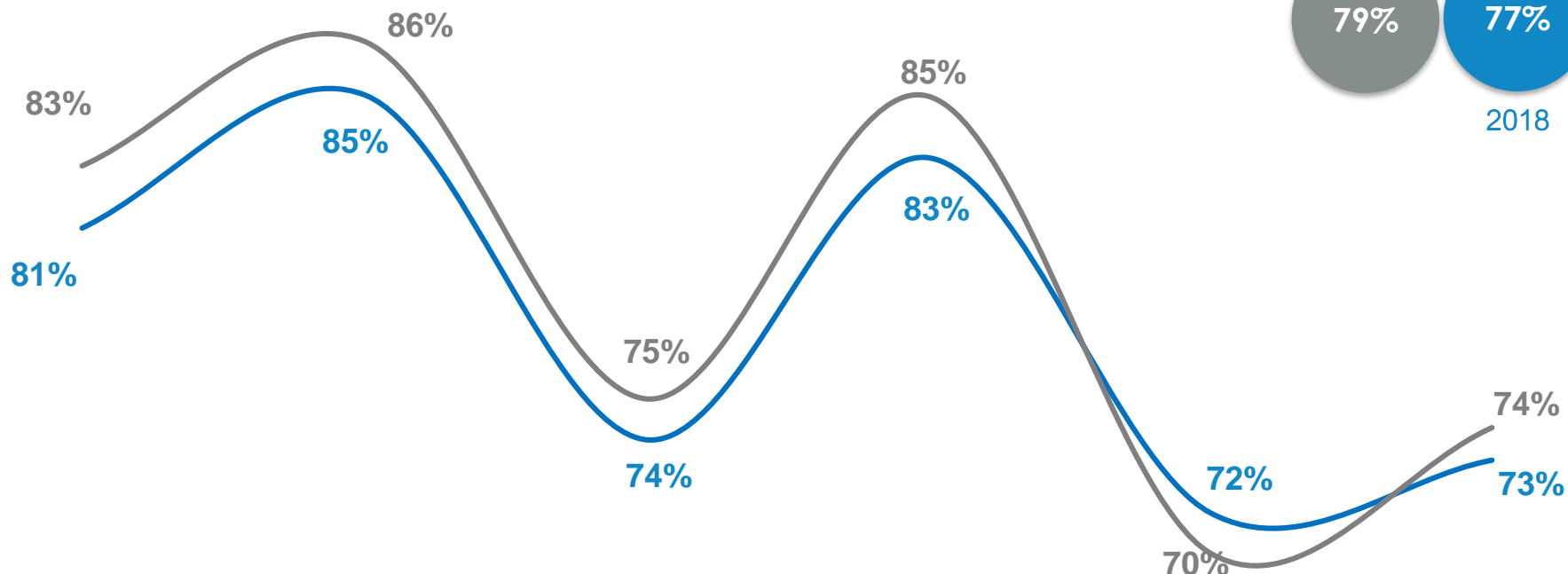
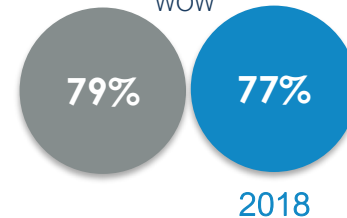


Conexión con los servicios



El reto: unir precompra, compra y postcompra

CUMPLIMIENTO EXPERIENCIA
WOW



Previsita

Oteo

Completo compra

Pago

Devolución

Postcompra

Me dan ideas o
inspiración

70% 69,3%

Me ayudan a
conocer criterios
en los que fijarme

79% 79,4%

Me enseñan a
sacar el máximo
partido al
producto

62% 62%

Me explican el
proceso de
devolución

83% 84,4%

Me pueden
recoger el
producto en casa

60% 53%

Me ofrecen
formación
relacionada

60% 58,4%

Antes de comprar
el producto sé si
está disponible

74% 74,7%

La calidad en
tienda y web se
corresponden

91% 92,3%

Recomiendan
productos o
servicios acordes

76% 77,6%

Sé cuánto ahorro
vs. otros productos

84% 85,9%

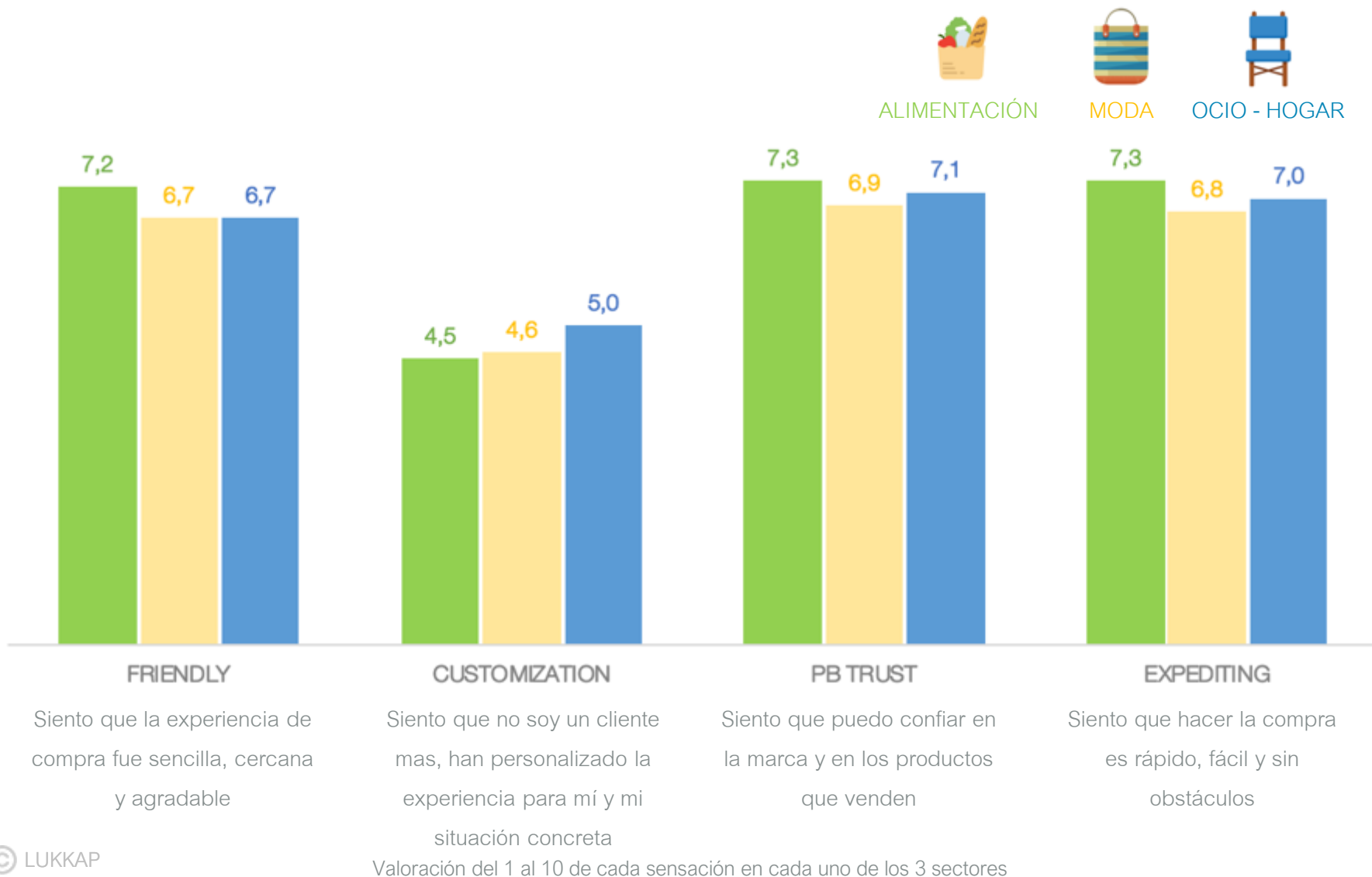
Me envían el
detalle de mi
compra

55% 48,2%

Ahorro tiempo con
sus servicios
adicionales

67% 66,5%

La personalización, nuestra oportunidad de mejora



Cliente = Ticket

REZEPT
Kundennummer: 123456789
Datum: 03/19
Umsatzsteuer (USt) 52,21
34,68 netto mit USt E
97 / 3202 / 3 / 19
VIELEN DANK FÜR IH

1. Kaffee	4,14 E
2. Kaffee	1,20 E
3. Kaffee	0,79 E
4. Kaffee	5,82 E
5. Kaffee	1,99 E
SUMME	13,94 E
BEZUGEN EUR	1,10 E
RÜCKGELD EUR	19,19 E
2,49 E	
0,39 E	
37,11	
52,21	
10	



VS

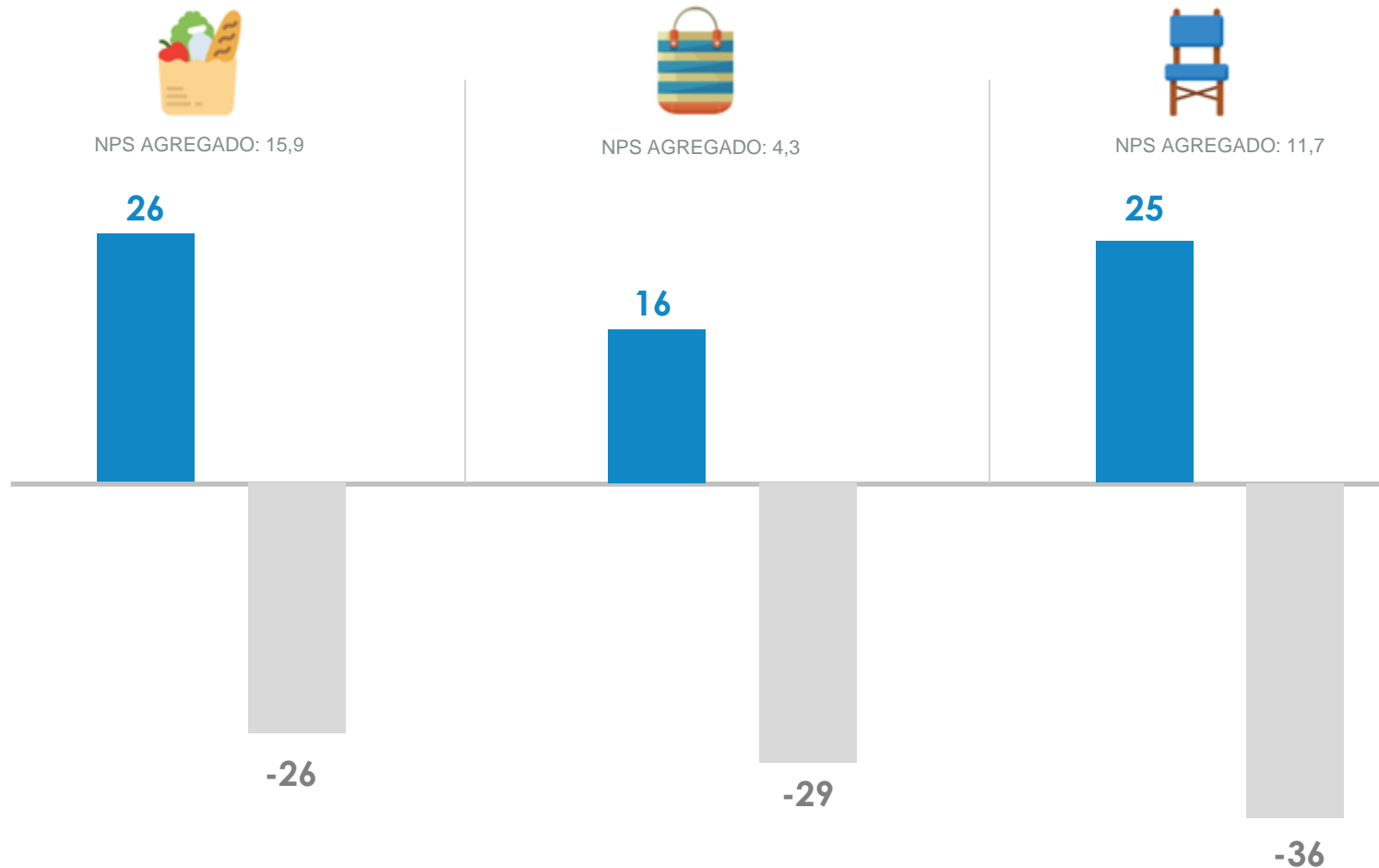


1. Foco en el dolor del cliente



Lo esencial: Conseguir el objetivo del cliente

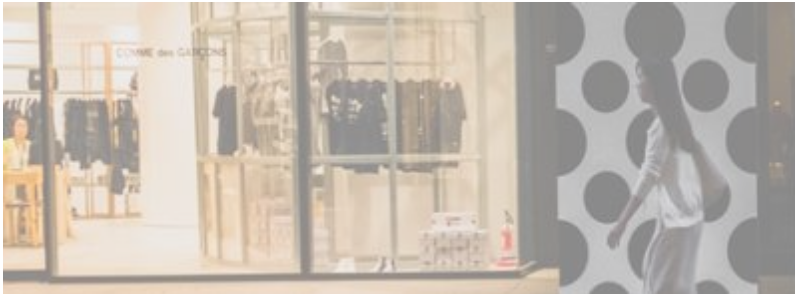
NPS según si el cliente ha conseguido o no su objetivo



2. Tracking end to end



Unir antes, durante y después



¿Qué pasa cuando... el cliente sabe que el producto está disponible en tienda?



¿Qué pasa si... le enviamos información útil al cliente?



MODA

79%

XP WOW

+16



OCIO - HOGAR

85%

XP WOW

+25



MODA

85%

XP WOW

+27



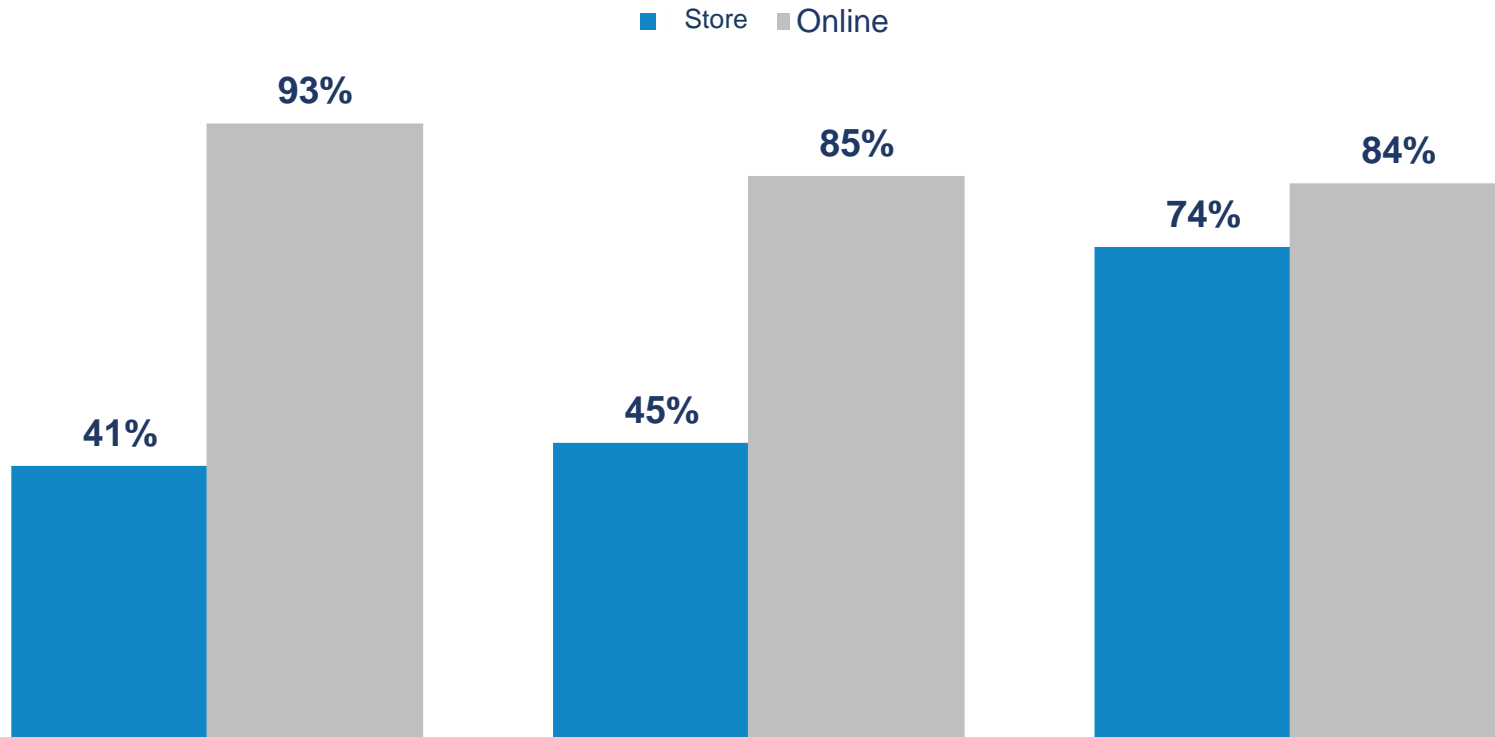
OCIO - HOGAR

85%

XP WOW

+29

Solventar la siguiente acción del cliente



POST COMPRA

3. Frictionless



Aprovecha el potencial de los dispositivos



4. Comunidad



La vida del cliente sólo empieza en la compra

HECHOS MÁS IMPORTANTES

#1



Formación relacionada con el producto

Ranking de momentos y hechos con más correlación con recomendación

#2



Al devolver, me recogen el producto en casa

#3



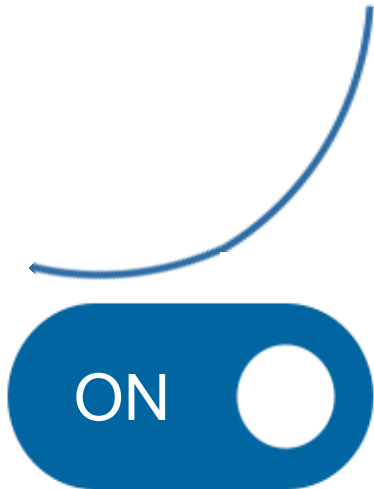
Me enseñan a sacar el máximo partido

Próximos talleres



Crea relaciones entre clientes





FOCO EN
DOLOR CLIENTE

TRACKING
END TO END

FRICITIONLESS

COMUNIDAD

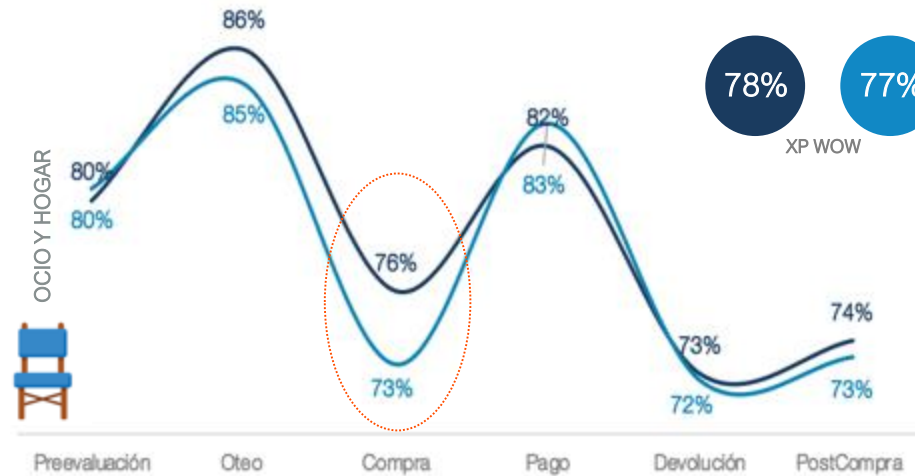
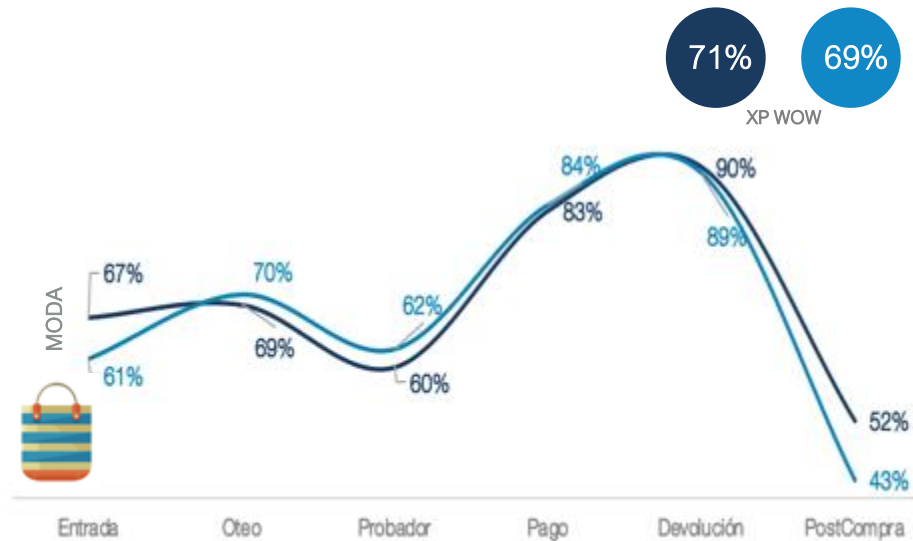
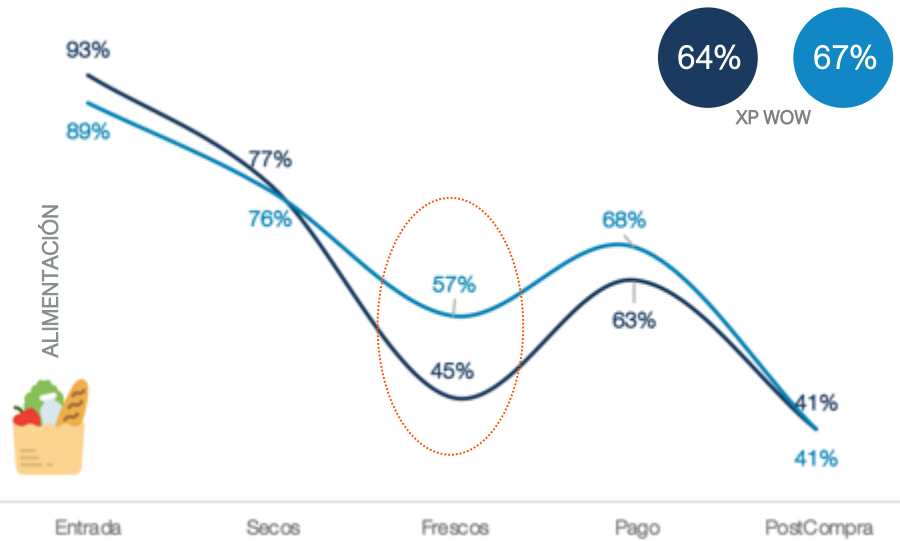


5. Relación

Más interacción, más relación

1 vez a la semana

Cada 2 – 3 meses



Experiencia WOW diferenciada por frecuencia de compra: los que van 1 vez a la semana o cada 2 – 3 meses

Genera lazo afectivo...y mantenlo

PERSONA DE REFERENCIA



+9,3 vs -25
NPS

con
gestor

sin
gestor

29% vs 18%
Ventas

con
gestor

sin
gestor



6. Humanidad

El rol de las personas 3.0



51%



ALIMENTACIÓN



50%



MODA



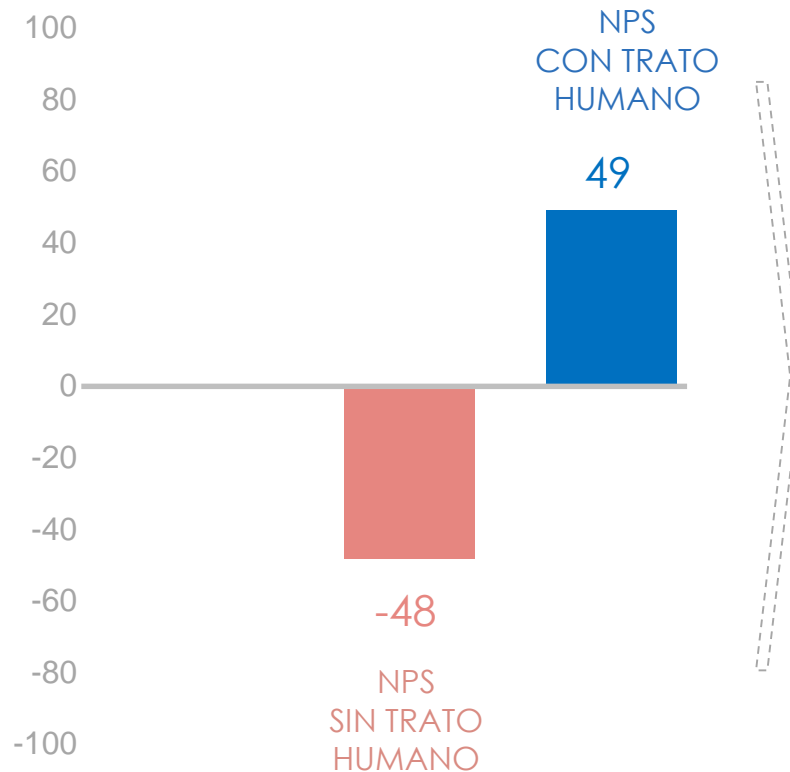
72%



OCIO - HOGAR

Comprende a la persona y su razón

NPS EN HOSPITAL



Si el equipo médico comprende la situación del cliente, **6 /10 serían promotores**

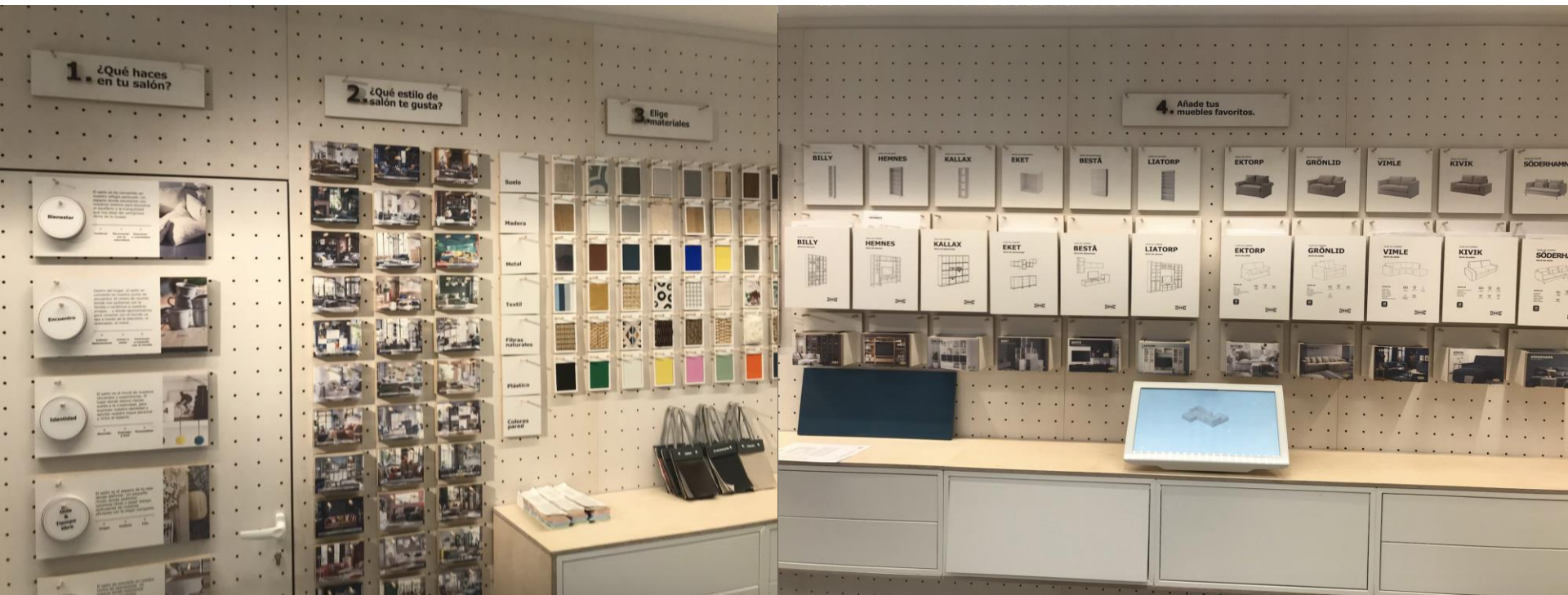


Si el equipo médico no comprende la situación del cliente, **6 /10 serían detractores**



7. Touch & Feel

De tocar a experimentar. Y de ahí, a sentir

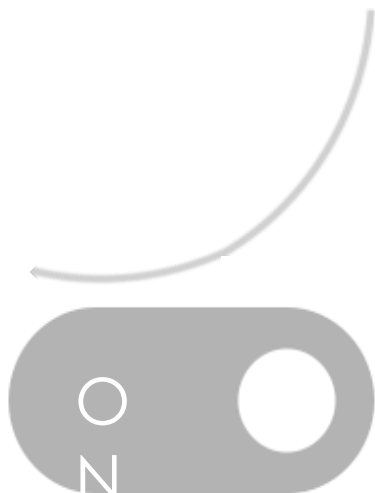


Intégralo en su vida





8. Entretenimiento

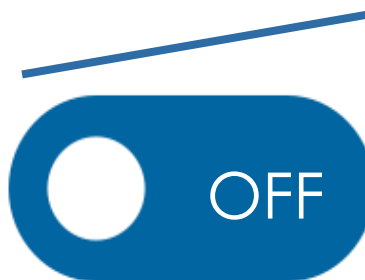


FOCO EN
DOLOR CLIENTE

TRACKING
END TO END

FRICITIONLESS

COMUNIDAD

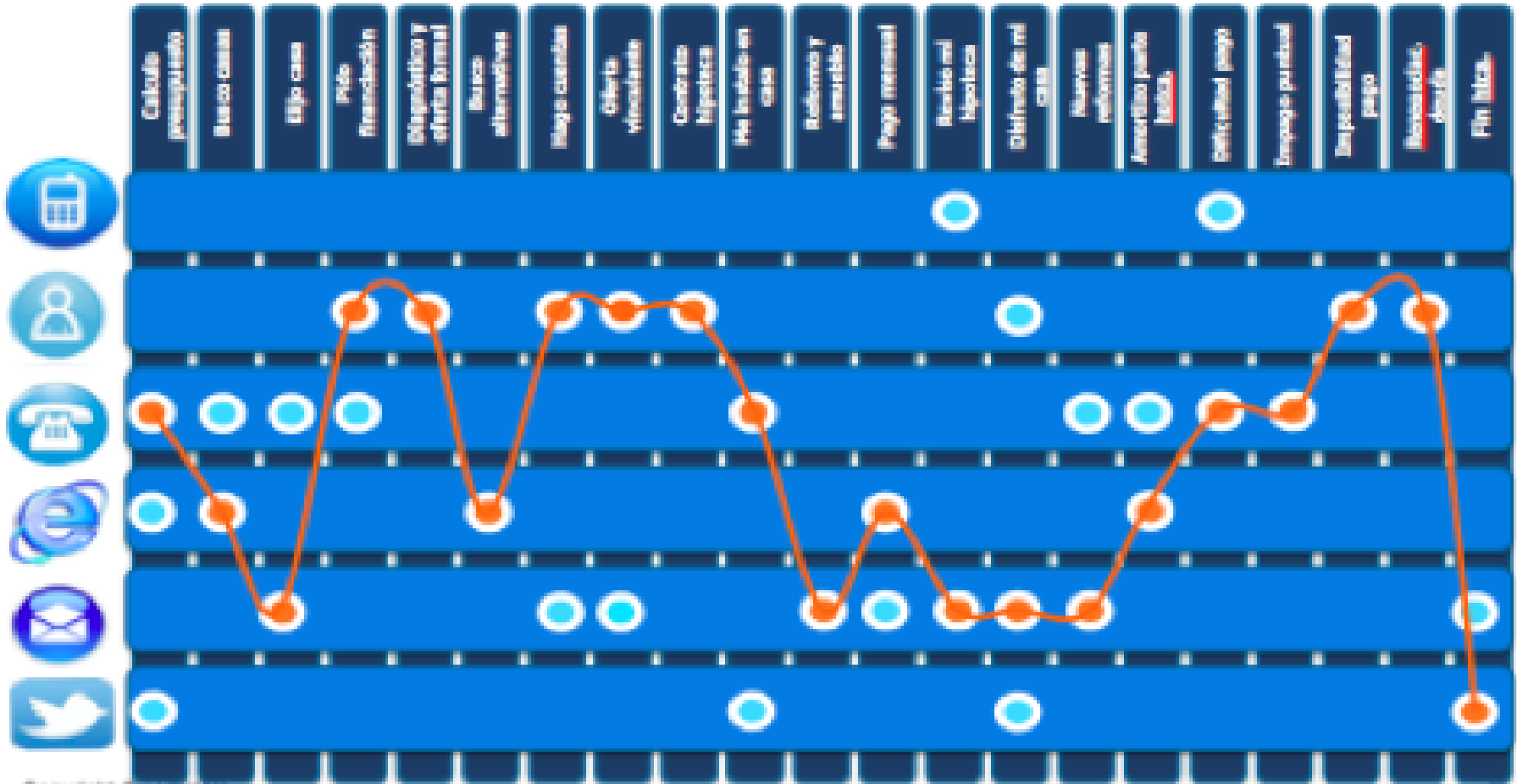


HUMANIDAD

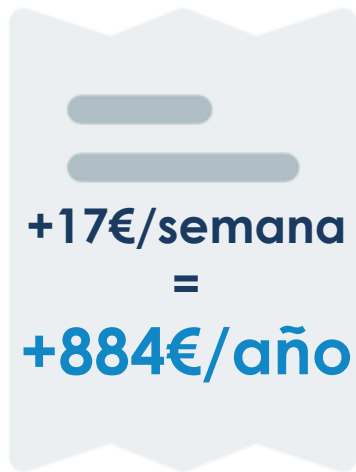
RELACIÓN

TOUCH & FEEL

ENTRE-
TENIMIENTO



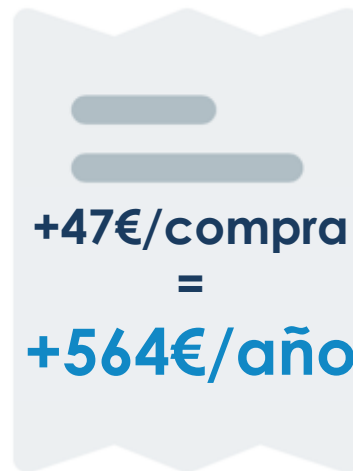
Personalizar lleva a ingresar mucho más



respecto a una media de
85€/semana



ALIMENTACIÓN



respecto a una media de
61€/semana



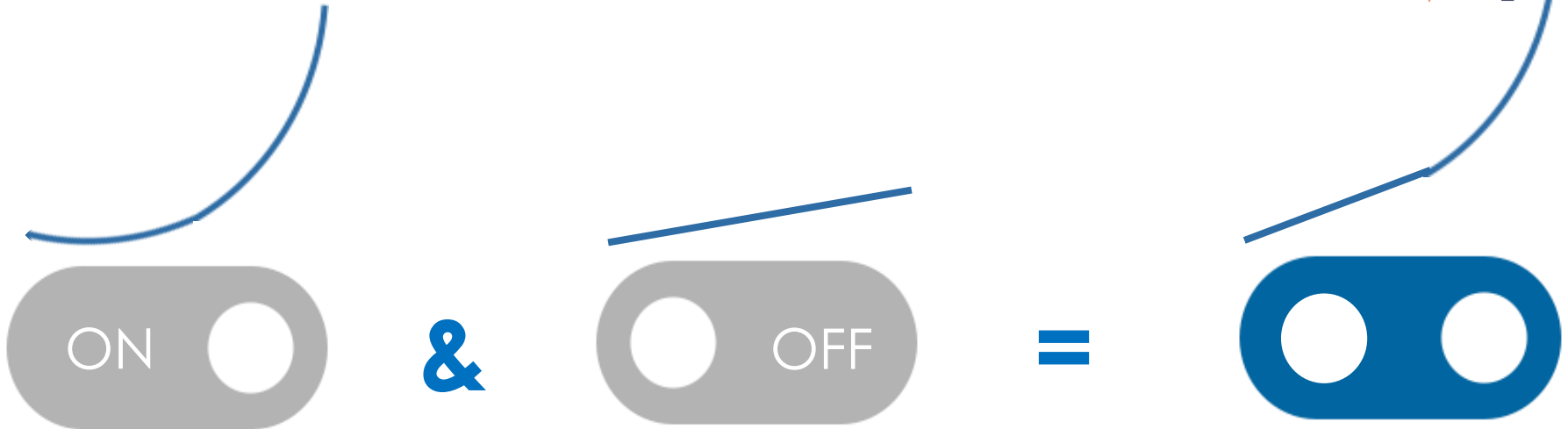
MODA



respecto a una media de
82€/semana



OCIO Y HOGAR



FOCO EN
DOLOR CLIENTE

TRACKING
END TO END

FRICITIONLESS

COMUNIDAD

HUMANIDAD

RELACIÓN

TOUCH & FEEL

ENTRE-
TENIMIENTO

SOLUCIÓN
A OBJETIVO

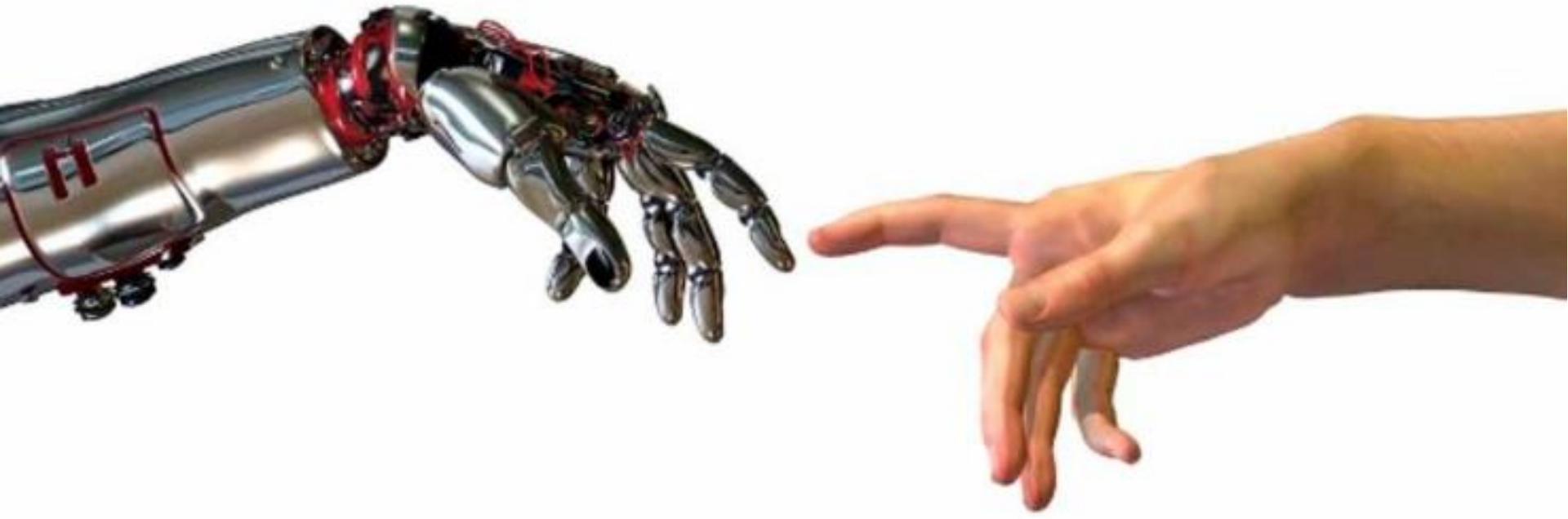
RELACIÓN
PARA SIEMPRE

SIMPLICIDAD

EMOCIÓN
COLECTIVA



&



ON&OFF = Nube + Deseo + Personas

lukap
customer experience



lukk
ap

customer experience



Transforming
the future.
Today.