



EXPERIENCIER

Programa para crear
empresas emocionalmente
inteligentes

EXPERIENCIER

Es una metodología que ayuda a las empresas a medir la evolución de la experiencia del cliente y a determinar cuáles son los comportamientos más relevantes que el personal de contacto debe realizar.

Las empresas saben que los empleados son embajadores de su marca y que el encuentro con los clientes es de alta relevancia para lograr una real diferencia con la competencia.

EXPERIENCIER no enfatiza en el proceso sino en el resultado. Implica una visión descentralizada y local de la gestión del cliente.



El ser humano **es impredecible** y con comportamientos variables.

Es por ello que las empresas necesitan controlar la instancia de contacto con los clientes.

Los procedimientos son necesarios pero **no suficientes**.

Es imposible legislar interacciones humanas genuinas.

Clonar la atención **es un error** para aquellas empresas que quieran desarrollar experiencias **altamente positivas**.

ANTES QUE CLIENTES Y EMPLEADOS, SOMOS HUMANOS



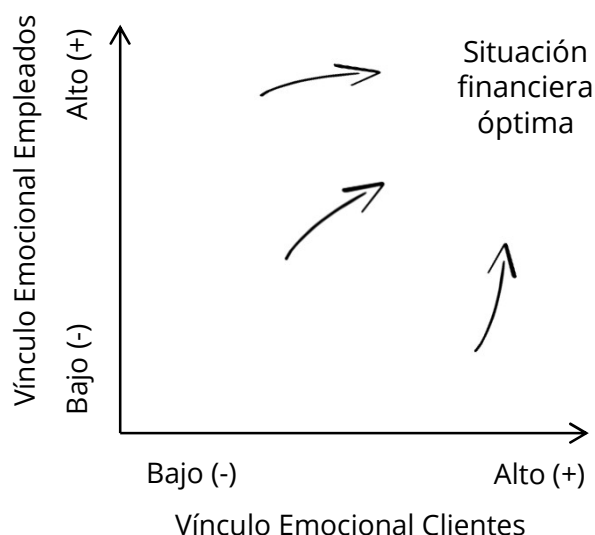
+ INFO www.researchvl.com | info@researchvl.com | Skype: rvl_latam

RVL
RESEARCH · VISION · LATAM

EXPERIENCIER

Las métricas usadas se basan en indicadores del Vínculo Emocional entre clientes y empleados y su relación con el desempeño financiero. Nos son métricas separadas sino interrelacionadas analizando un mismo objeto de estudio.

Emociones del cliente	Emociones del empleado
CREDIBILIDAD	EXPECTATIVAS
TRATO	RECONOCIMIENTO
ORGULLO	PERTENENCIA
ENTUSIASMO	DESARROLLO



AQUELLAS QUE GESTIONAN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE OBTIENEN EN PROMEDIO 3,4 VECES MÁS GANANCIAS FINANCIERAS QUE AQUELLAS QUE NO LO HACEN

EXPERIENCIER no se queda solo en la medición. Llega a brindar soluciones prácticas para alcanzar una organización emocionalmente inteligente.

EVALUAR Comprende la situación actual y define los objetivos a alcanzar

OPERAR Genera un mapa de trabajo con soluciones locales

MOTIVAR Reconoce los logros. Genera un lenguaje y cultura del vínculo emocional en toda la organización

La mayoría de las decisiones de compra se basan en la emoción y la creación de una conexión emocional con el consumidor. Es hora de medir y gestionar.

+ INFO www.researchvvl.com | info@researchvvl.com | Skype: rvl_latam

RVL
RESEARCH - VISION - LATAM



SOLICITE COTIZACIÓN

info@researchvl.com

www.researchvl.com

Skype: rvl_latam

