



UNEGOCIOS
FEN-UCHILE

CUSTOMER EXPERIENCE & DATA DRIVEN

Métricas que enamoran!!!

Manuel Bórquez N.
mborquez@gestionaclientes.com
Facultad de Economía y Negocios
Universidad de Chile

EXCELENCIA + VISIÓN GLOBAL

Decisiones basadas en los datos...

Con Foco en el Cliente!!!

**Algo peor que no tener
información disponible es
tener mucha información y
no saber qué hacer con ella**



**No hay nada peor que tener
muchas métricas y no tener
estrategia**

Perder el tiempo!!!



Factores de éxito de Amazon

Jeff Bezos

Cuatro pilares fundamentales

Cuatro Pilares Fundamentales

La pasión por la invención

Cuatro Pilares Fundamentales

Compromiso con la excelencia

Cuatro Pilares Fundamentales

Pensamiento a largo plazo

Cuatro Pilares Fundamentales

La obsesión por el cliente

La principal clave del éxito de Amazon esta en el Cliente

El cliente esta al centro de todas las decisiones

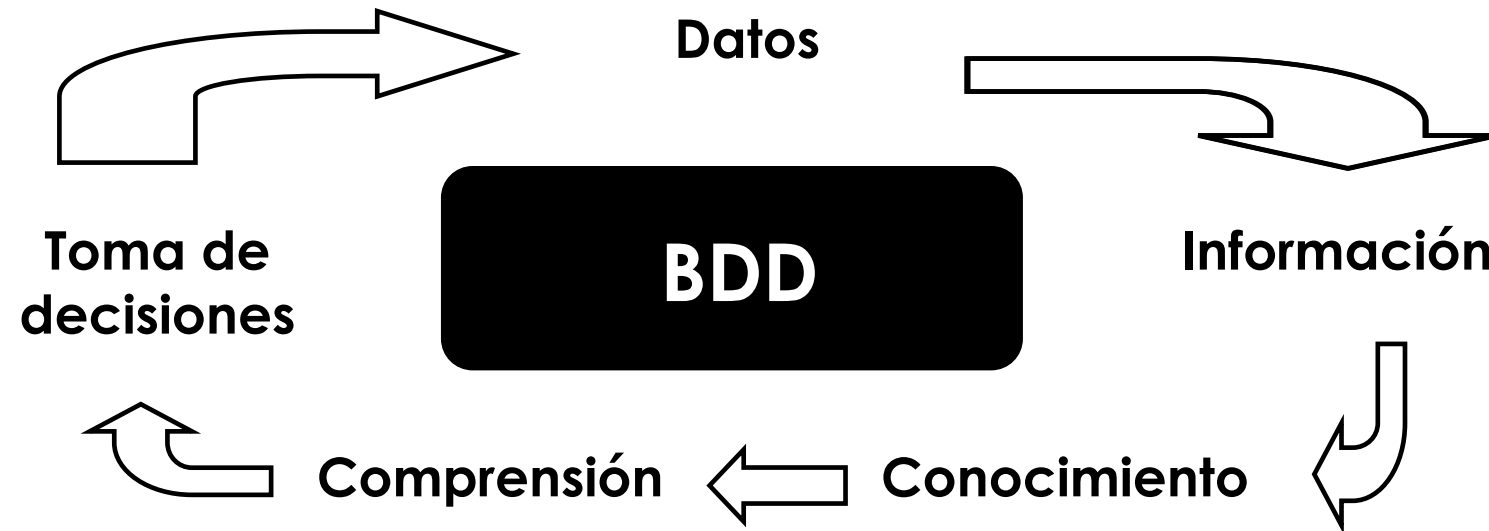
Que decisiones?

Decisiones basadas en datos

Como se hace esto?

A través de la Inteligencia de Clientes

Un dato por si solo no significa nada, pero es el punto de partida de una cadena que termina en la toma de decisiones.



Métricas y KPI!!!



**Todas las decisiones que toman están
basadas en el análisis detallado de una
cantidad de datos estructurados**

Que Podemos hacer con los datos?

Generar Conocimiento

Saber lo Suficiente para hacer algo

Planificar y proponer acciones mediante el estudio exhaustivo de las bases de datos

Recencia...

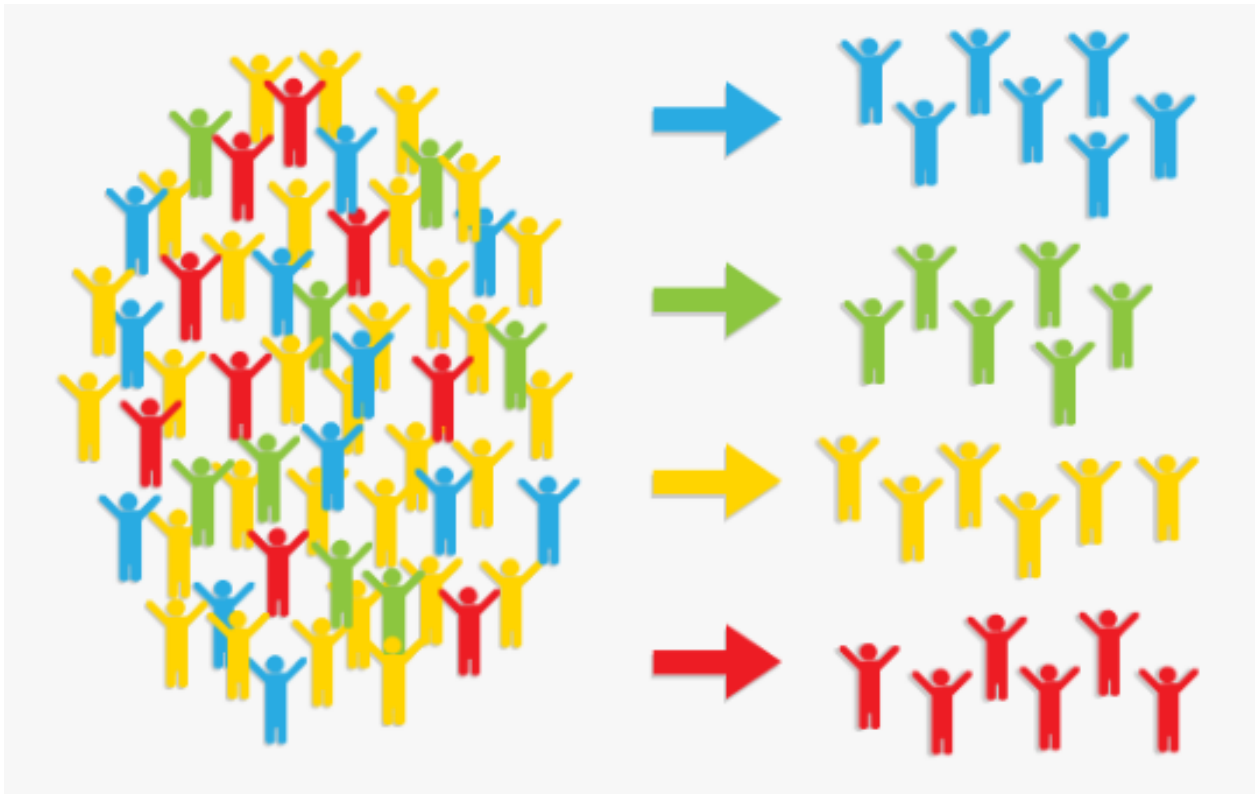


Clientes Activos

Clientes Inactivos

Clientes Fugados

Segmentar a los clientes para optimizar las acciones promocionales y permitir la venta cruzada



200.000 = 50.000

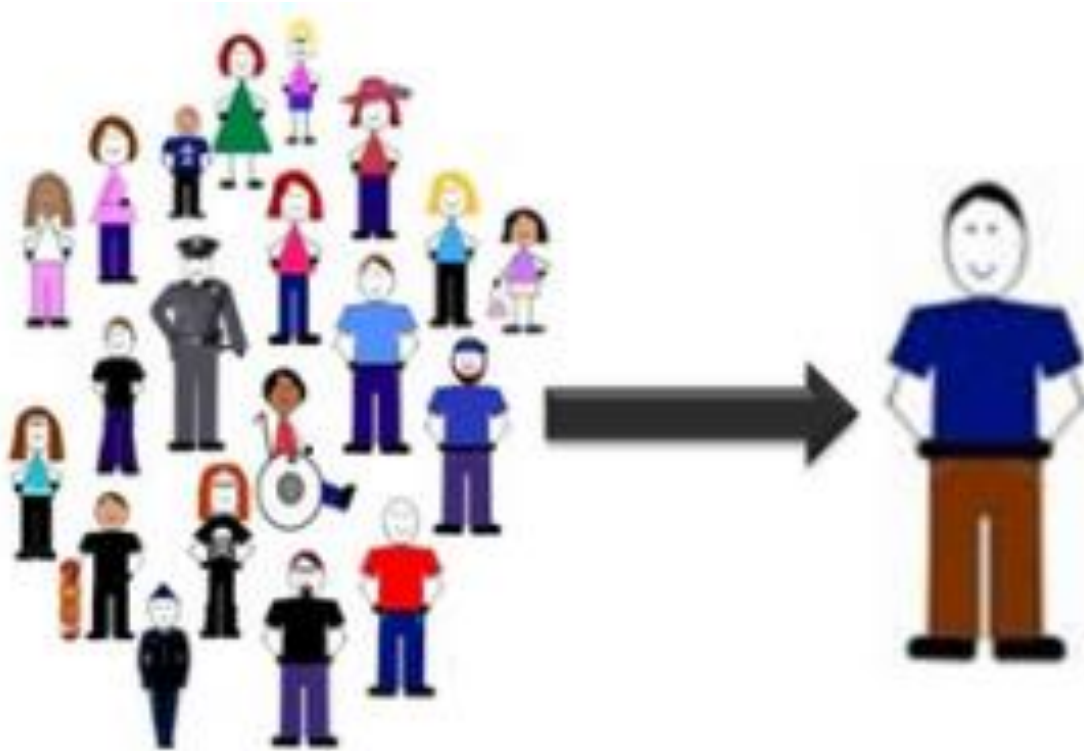
Segmentar

Tomar decisiones con fundamento probabilístico



**Todos los clientes
responden igual a
distintas campañas?**

Medir la Conversión



Clientes Compraron

**Clientes
Impactados???**

Implementar Grupos de Prueba y Control



**La clave es la
Respuesta
Incremental**

Gestionar el resultado de las campañas

Que es ROI?
Lo medimos?
Como lo medimos?
Cuales son los
indicadores?



Customer Lifetime Value

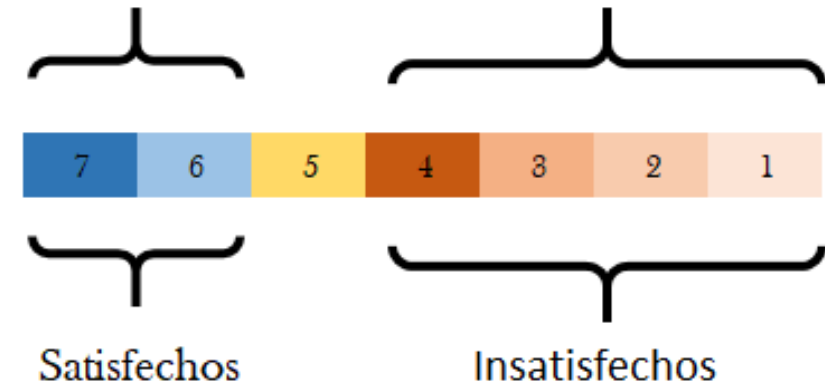


Customer
Lifetime
Value

**Valor de Vida
de nuestros
Clientes**

Gestionar la satisfacción de nuestros clientes...

Medir y gestionar



Sabemos lo que mas valoran?

**“Sabemos lo
que le mas
valoran nuestros
clientes”**

**Jeff Bezos, CEO de
Amazon**



Como sabe esto?

Un análisis de datos Inteligencia de Clientes y DataMining para medir Satisfacción

Hay tres factores claves que
impulsan la Satisfacción y la
Lealtad de los clientes

Hay tres factores claves!!!

No son los Mejor Evaluados

Hay tres factores claves!!!

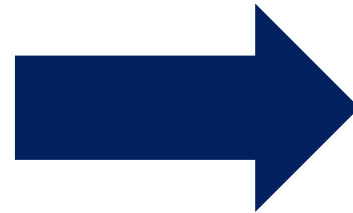
No son los Peor Evaluados

Hay tres factores claves!!!

**Son aquellos que los
clientes mas valoran**

Hay tres factores claves!!!

Variedad
Rapidez
Precio



Cliente

**Nosotros sabemos lo que
mas Valoran nuestros
Clientes?**

Cumplir con la Promesa...

Nunca responder por tus clientes

Generar Valor!!!



Las métricas deben ayudarnos a Humanizar la relación con el Cliente

Foco en el Cliente



UNEGOCIOS
FEN-UCHILE

CUSTOMER EXPERIENCE & DATA DRIVEN

Métricas que enamoran!!!

Manuel Bórquez N.
mborquez@gestionaclientes.com
Facultad de Economía y Negocios
Universidad de Chile

EXCELENCIA + VISIÓN GLOBAL