

Viajando por la experiencia B2B



5K
¿Dónde
estoy?



17K
¿A dónde voy?



5K
¿Cómo
estoy?



15K
¿Cuál es mi
estrella guía?



De la Reflexión a la Acción

Nuestra mochila

1. Participación
2. Experiencia
3. Diversión



Al terminar el viaje

1. Muchas preguntas

2. Dónde encontrar las respuestas



Viajando por la experiencia B2B



5K
¿Dónde
estoy?



17K
¿A dónde voy?



5K
¿Cómo
estoy?



15K
¿Cuál es mi
estrella guía?

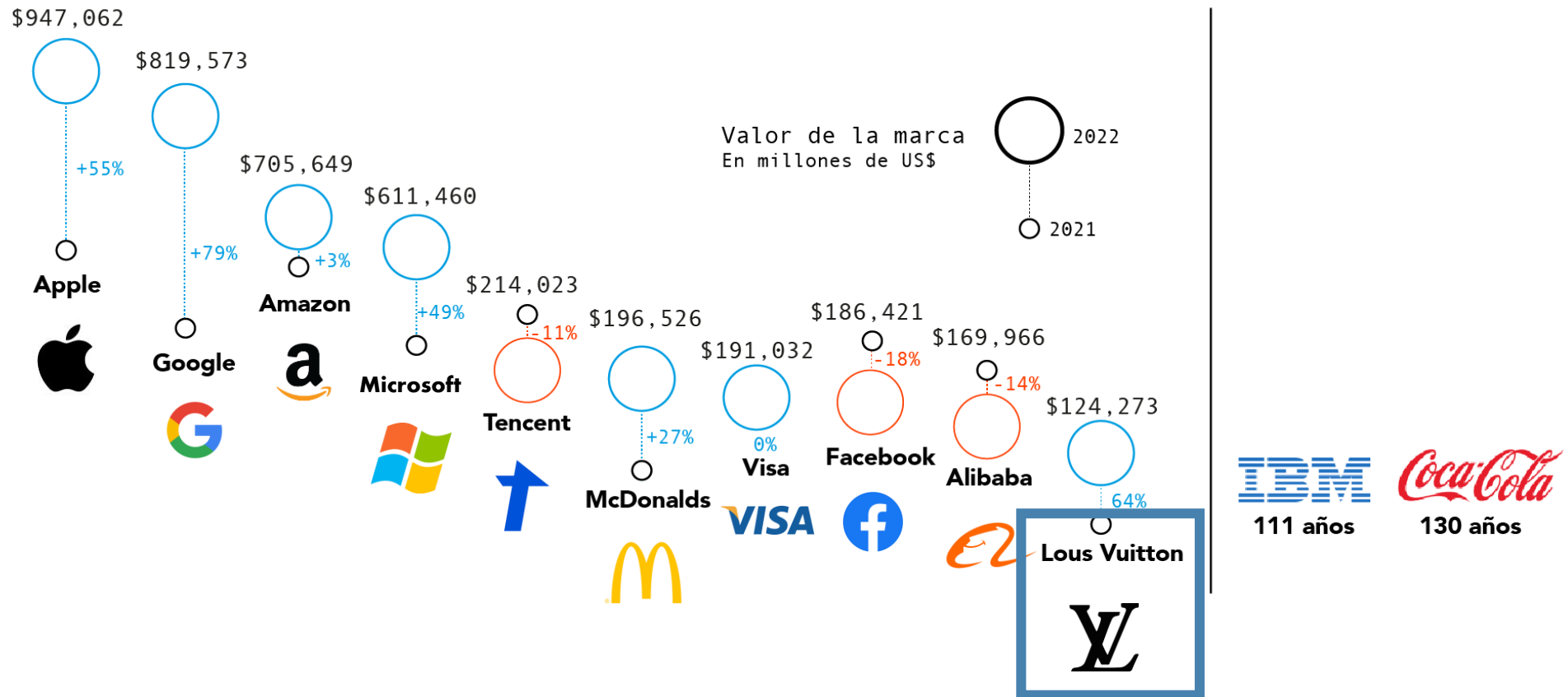


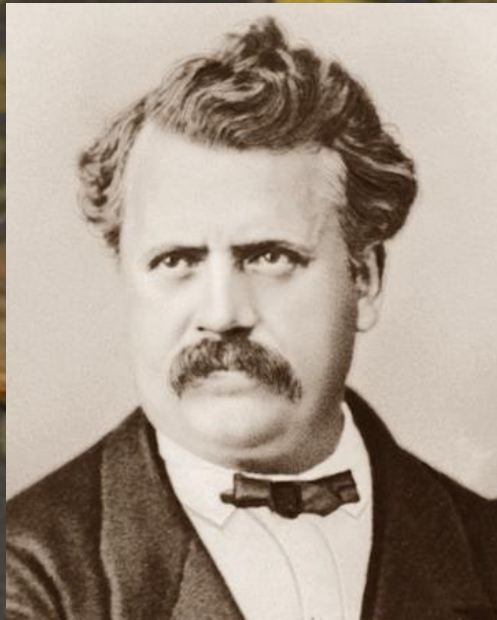
De la Reflexión a la Acción

¿Dónde estoy?

5K

Los Top 10 KANTAR



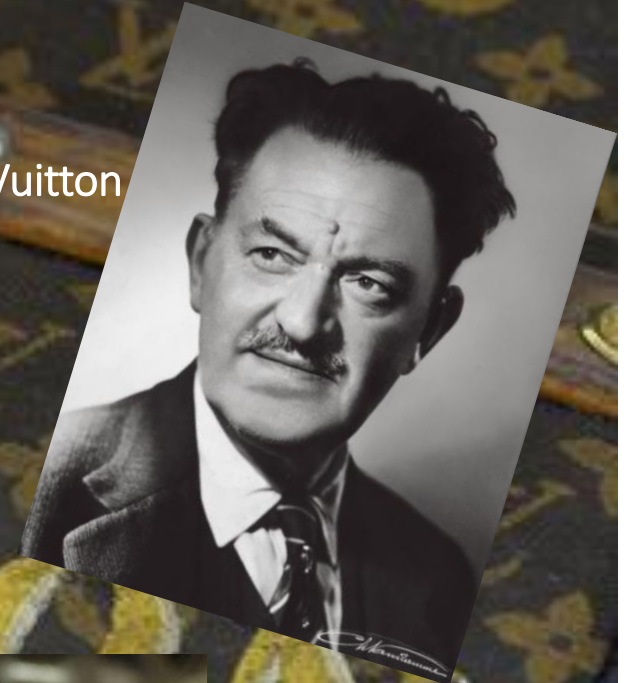


Louis Vuitton

George Vuitton



Gastón Vuitton



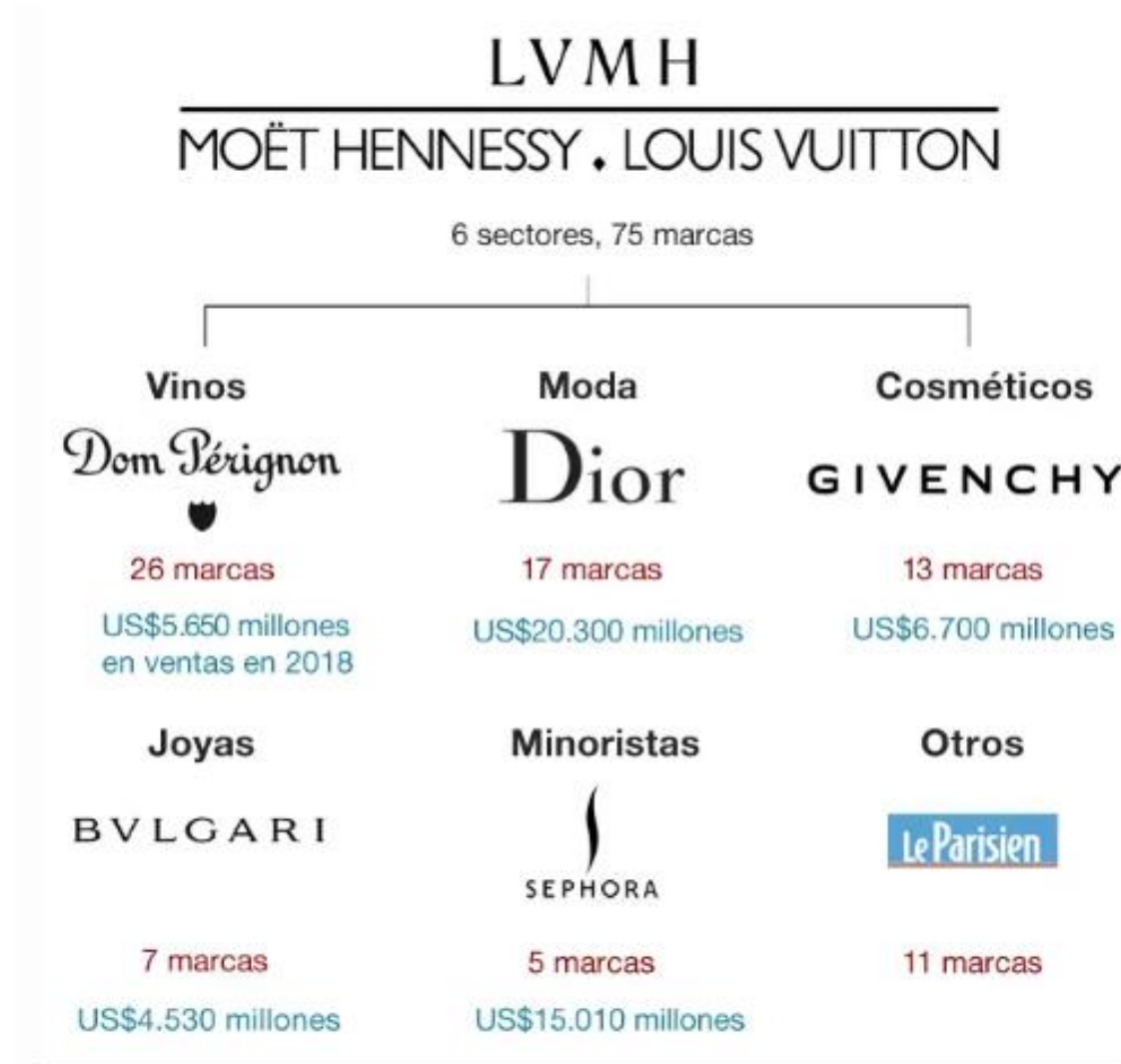
Bernard Arnault



Henry Racamier



El Imperio de Louis Vuitton



Fuente: LVMH

BBC



GO-CX / **22**
X-Management

Avanzando en la Gestión de la Experiencia



FASHION
NETWORK

INICIAR SES

DESFILES DISEÑO COMUNICACIÓN INDUSTRIA INNOVACIONES COLECCIÓN GENTE EVENTOS NOMBRAMIENTOS

LVMH aumenta su beneficio semestral en un 23 % y sus ventas en un 28 %

El beneficio neto del grupo francés del lujo Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH) mejoró en el primer semestre de 2022 el 23 %, en relación al mismo periodo de 2021, y sus ventas progresaron el 28 %, según datos facilitados este martes por la compañía.

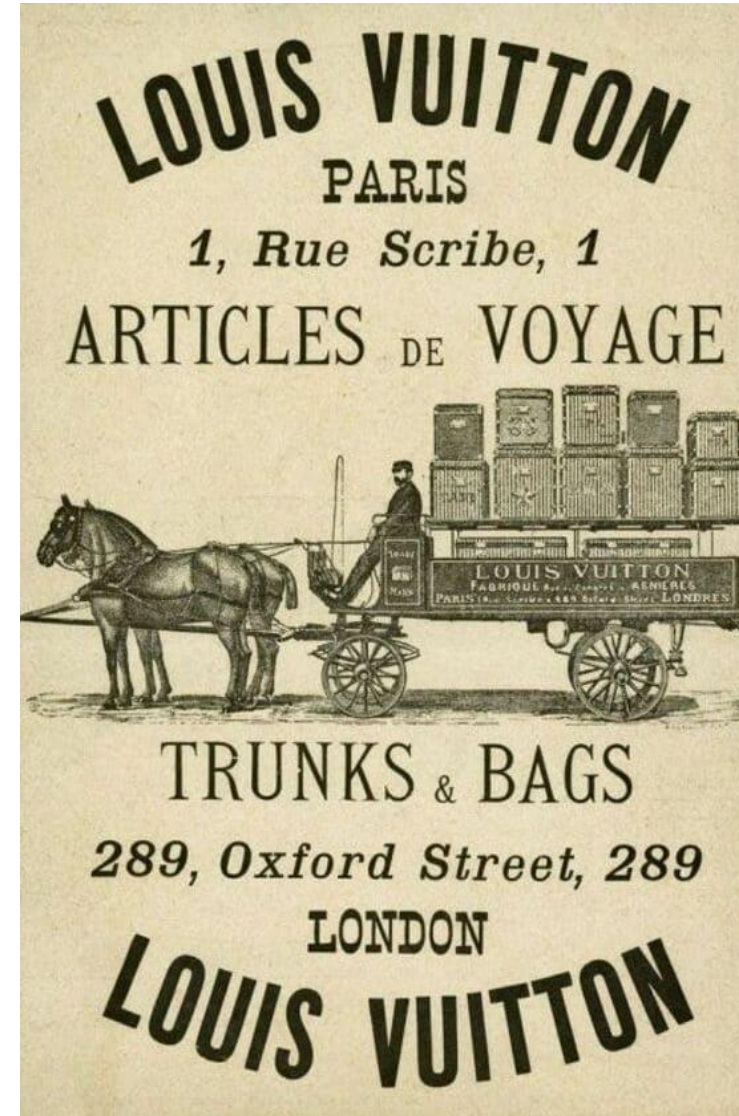
Lecciones de Louis Vuitton

Actitud

Observó y solucionó una necesidad

Creó una demanda, Diversificó

Cambió las reglas del juego



“Creo que en los negocios hay que aprender a ser paciente”.



“Si haces bien tu trabajo, la rentabilidad vendrá”

Bernard Arnault, CEO de Luis Vuitton

Viajando por la experiencia B2B

15K
¿Cuál es mi estrella guía?

5K
¿Cómo estoy?

17K
¿A dónde voy?

5K
¿Dónde estoy?

De la Reflexión a la Acción



17K

¿A dónde voy?



GO-CX / 22
X-Management
Avanzando en la Gestión de la Experiencia



UNCTAD Prosperidad para todos

Conecta con nosotros



[Inicio](#) / [News](#)

/ El comercio electrónico mundial alcanza los 26,7 billones de dólares mientras COVID-19 impulsa las ventas en línea

El comercio electrónico mundial alcanza los 26,7 billones de dólares mientras COVID-19 impulsa las ventas en línea

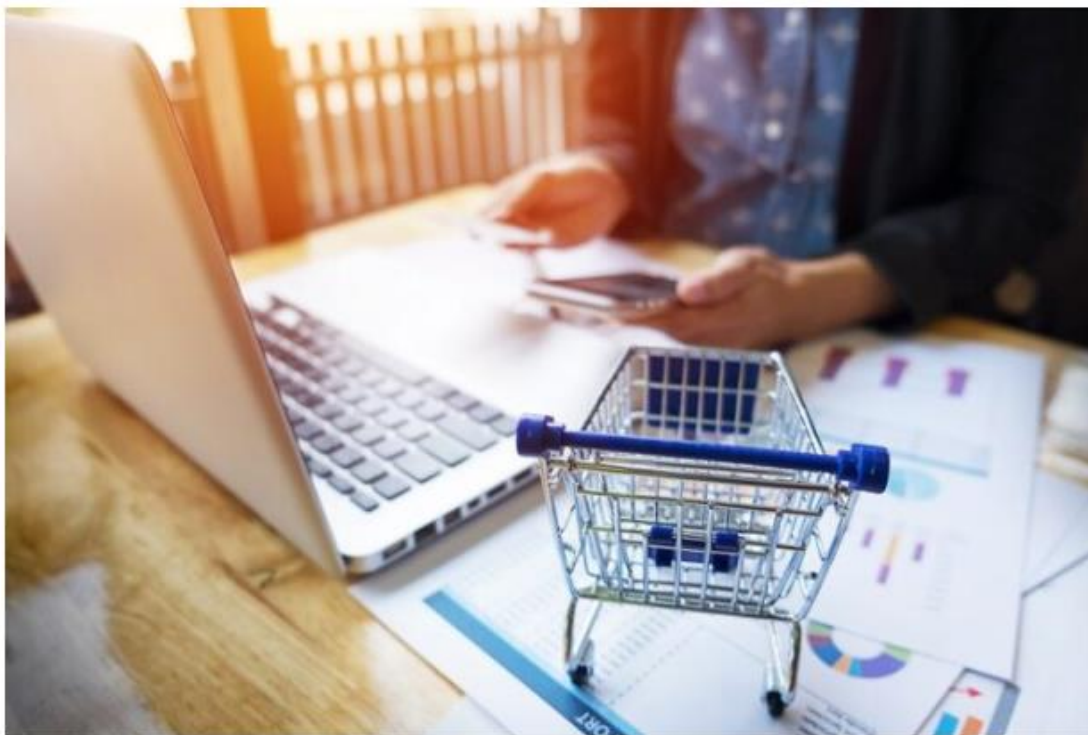
03 mayo 2021

Sin embargo, la pandemia ha impactado de manera desigual las empresas de comercio electrónico, invirtiendo, por ejemplo, los beneficios registrados por las que ofrecen servicios de transporte privado y actúan en el sector de viajes.

Ecommerce

El modelo de los 'marketplace' duplica el crecimiento del comercio electrónico

Noticia seleccionada por América Retail: Dubraska González - 1 abril, 2022



Participación de mercado basada en el uso/consideración del Marketplace, empresas B2B que han ganado participación de mercado frente a sus pares en los últimos 12 meses.

Empresas B2B que han construido su propio *marketplace*

72%

VS

Empresas B2B que dicen que nunca considerarán construir un *marketplace*

42%

McKinsey&Company

**Eficacia de los nuevos
modelos de venta
para llegar a los
clientes y atenderlos**

70%

“Algo más” y “Mucho más”
que antes de la COVID-19

Fuente. La nueva ecuación de crecimiento B2B (Febrero 2022)

Número de canales distintos que los clientes B2B utilizan durante sus procesos de decisión:

2016

5

canales

- Correo electrónico
- En persona
- Teléfono
- Sitio web del proveedor
- Portales de contratación electrónica

2019

7.5

canales

- Correo electrónico
- En persona
- Teléfono
- Sitio web del proveedor
- Departamento de compras
- Aplicación móvil
- Feria comercial

Dic 2021

10

canales

- Correo electrónico
- En persona
- Teléfono
- Sitio web del proveedor
- Departamento de compras
- Aplicación móvil
- Portales de contratación electrónica
- Videoconferencia
- Chat en la web
- Búsqueda en Google/web

Experiencias necesarias para la fidelización del cliente



Garantía de rendimiento (reembolso total):

78%

Servicio de atención al cliente en tiempo real/siempre disponible:

72%

Disponibilidad del producto mostrada en línea:

74%

Experiencia consistente en todos los canales:

72%

Posibilidad de comprar desde cualquier canal:

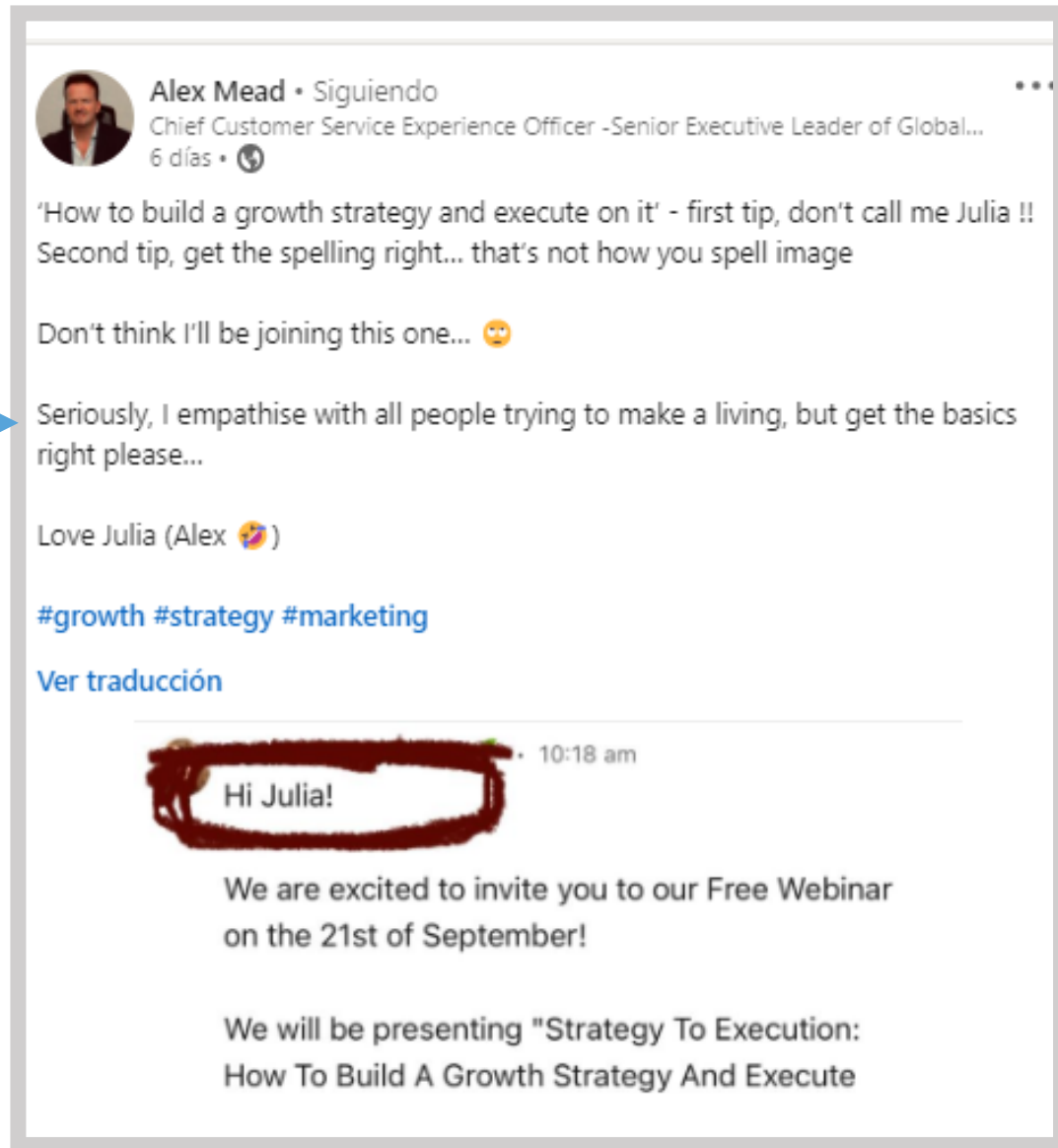
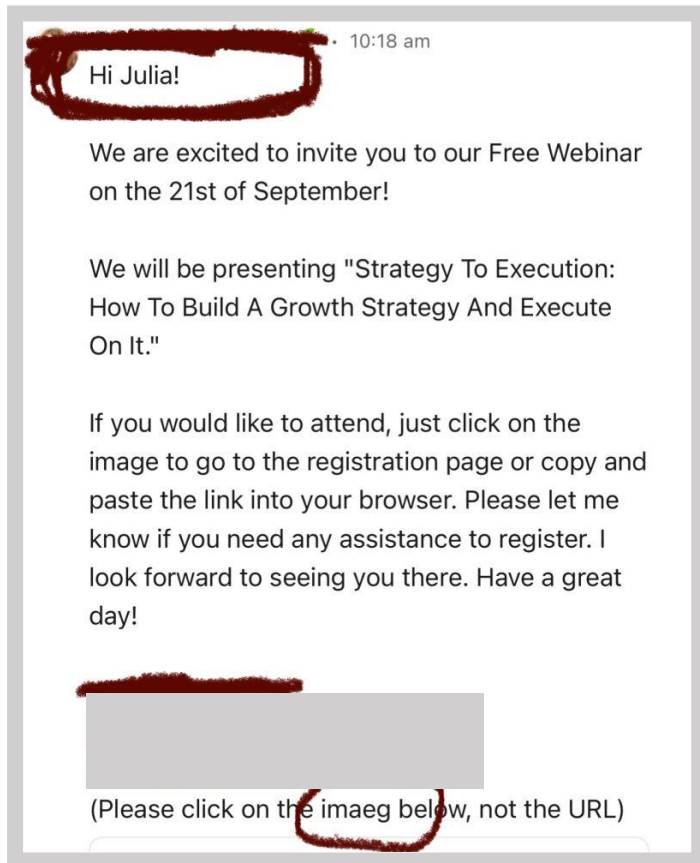
72%

McKinsey&Company

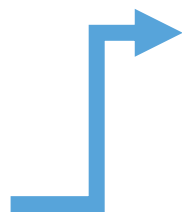
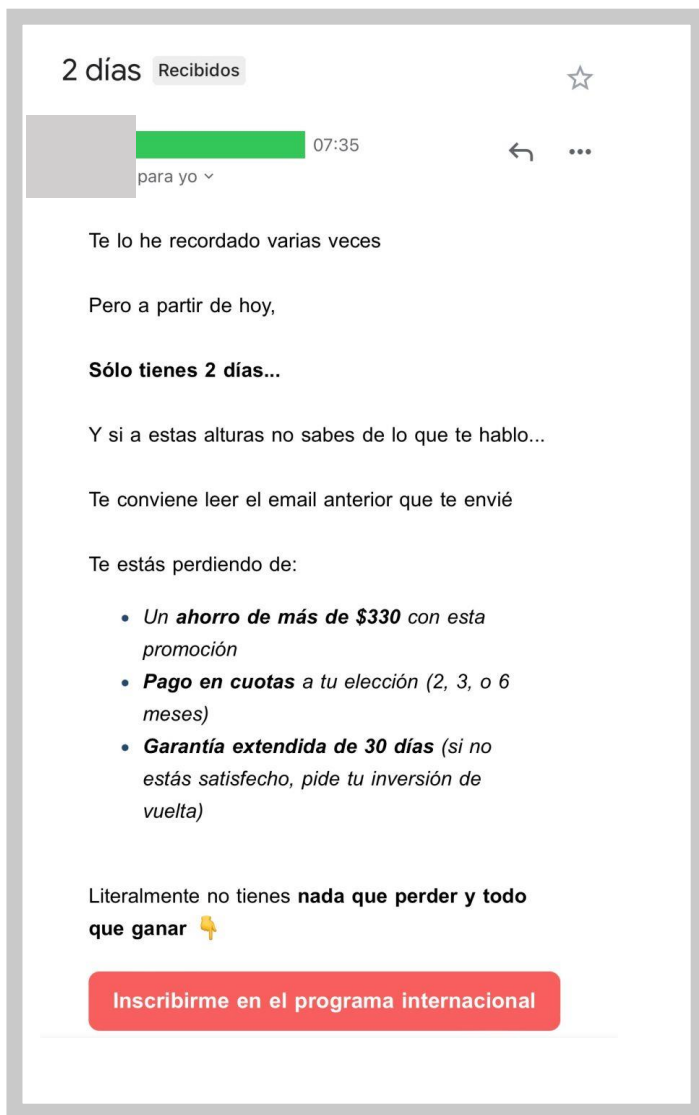
La nueva ecuación de crecimiento B2B (Febrero 2022)



<https://medium.com/macoclock/automating-your-macos-setup-with-homebrew-and-cask-e2a103b51af1>



Fuente: LinkedIn (2022)

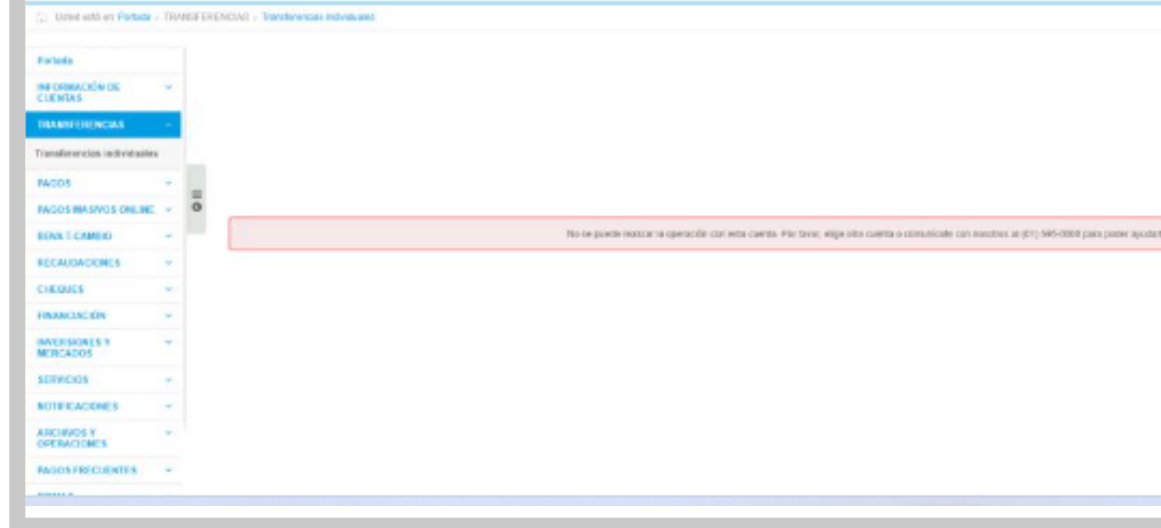


Fuente: LinkedIn (2022)

Cuando tu banco te bloquea una cuenta de empresa por supuesto riesgo, pero no te avisa ni comunica el error ni su fuente (y te dejan un mensaje de que llames ... al teléfono de banca personal). Llamas, pero a las 6:30pm el robot del teléfono te dice que su horario es hasta las 8pm y te cuelga. Esperas al día siguiente, alguien muy amable te dice a las 9am que en media hora se resuelve y nada. Vuelves a llamar y te indican que te comuniques con tu ejecutivo de negocios. Y nada.

Eso es transformación digital

Si algún banco ofrece real integración con el cliente y no teatro, me avisa. Me mudo.





GO-CX / 22
X-Management

Avanzando en la Gestión de la Experiencia



Fuente: Inside Edition YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=bt5dF2Y1Y4Q&t=36s>

TIP 3 en 1 en la Experiencia B2B

1

Transparentar tu proceso

1 Transparentar tu proceso

Involucras a tu cliente

2

3

Personalizas tu servicio

“Ecosistema de **CONFIANZA** para
generar lealtad”. Sonia Zavala



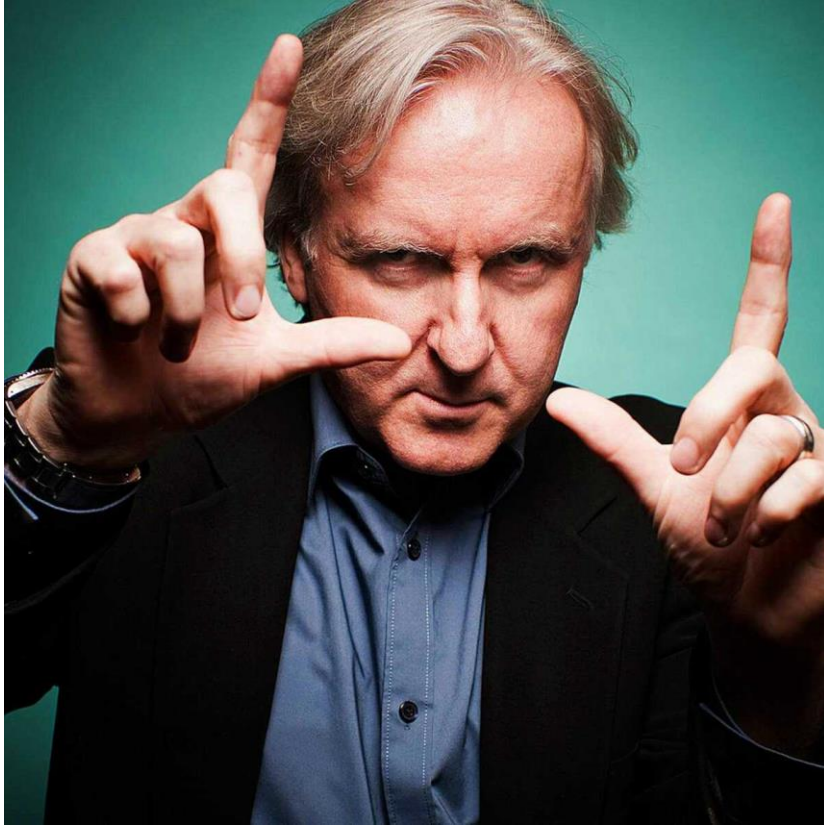
GO-CX / 22
X-Management

Avanzando en la Gestión de la Experiencia



 **AUTODESK**

**¡Fuera
de la
caja!**



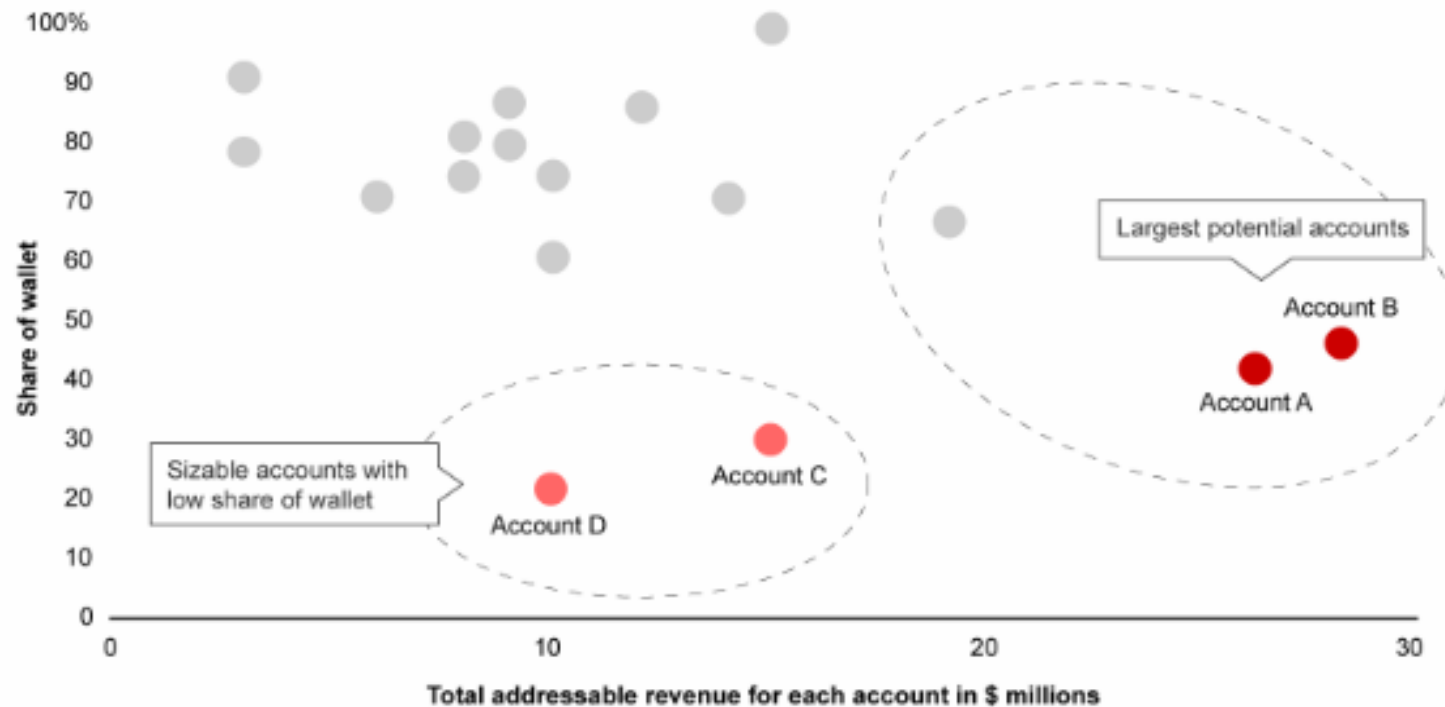
“La gente me llama perfeccionista, pero no lo soy. Soy un derechista. Hago algo hasta que está bien, y luego paso a lo siguiente”.

“A veces toda tu vida se reduce a un movimiento loco”.

James Cameron

¿ Cómo vemos a nuestros clientes?

Considering only company size and share of wallet gives limited information

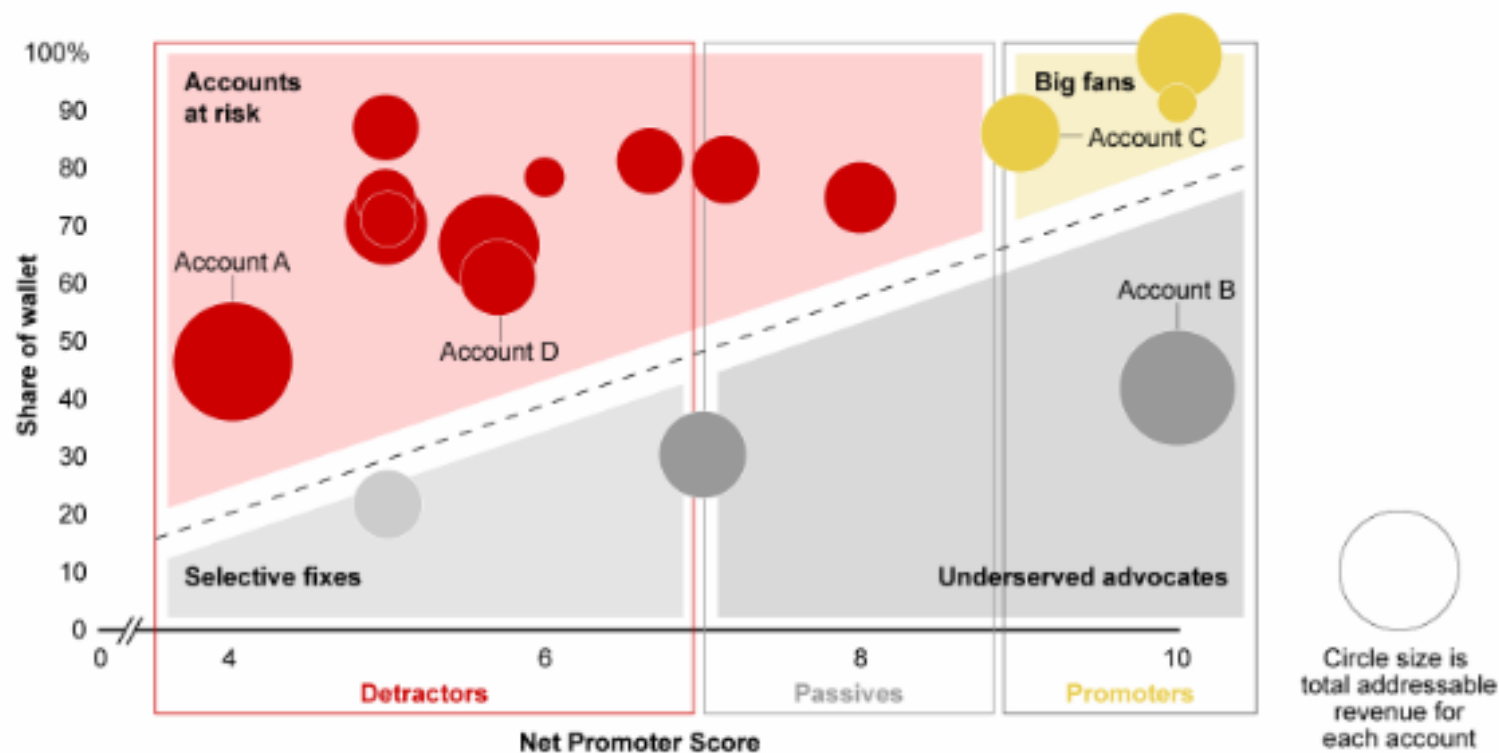


Source: Bain & Company

¿ Cómo vemos a nuestros clientes?

“Necesitamos cubrir necesidades expresadas y no expresadas”

Adding the customer perspective allows companies to sort commercial opportunities and risks at an account level



"No sé nada de tecnología, no sé nada de marketing, no sé nada de cosas legales. Sólo sé cosas sobre las personas"

Jack Ma



“Una de mis prioridades principales hoy es asegurarme de que nuestros mil millones de clientes, no importa qué teléfono o plataforma elijan utilizar, **vean satisfechas sus necesidades, de modo que continuemos creciendo”**



Satya Nadella

Viajando por la experiencia B2B

15K
¿Cuál es mi estrella guía?

5K
¿Cómo estoy?

17K
¿A dónde voy?

Primeros
5K
¿Dónde estoy?

De la Reflexión a la Acción



5K

¿Cómo estoy?



GO-CX / 22
X-Management
Avanzando en la Gestión de la Experiencia

elEconomista.es



Economía

El peligro de llamar 'Renuncia Silenciosa' a no querer quemarse en el trabajo

- * *La proliferación de nuevas 'tendencias' laborales distorsionan la agenda política*
- * *La reacción al síndrome del burnout cobra fuerza en la City*
- * *No hay datos que avalen un desapego de trabajadores españoles tras la pandemia*



El 80% de las personas en la región no se siente comprometida con su trabajo



Foto: Shutterstock (Foto: Shutterstock)



Por **Blanca Juárez**

Jueves 28 de Julio de 2022 - 07:07

Bed Bath & Beyond: el suicidio de un alto ejecutivo que puso el foco en la grave crisis que atraviesa la cadena de tiendas de EE.UU.

Redacción
BBC News Mundo

Cómo el trabajo excesivo nos está matando (literalmente)

Christine Ro
BBC Worklife

3 junio 2021





GO-CX / **22**
X-Management

Avanzando en la Gestión de la Experiencia

Advierten que el 76% de los latinoamericanos sufre “síndrome de trabajador quemado”

Estudios recientes revelan que el nivel de fatiga mental y burnout, impulsado luego de la pandemia, sigue incrementándose. La empresa de soluciones de meditación de origen argentino Pura Mente, observó que ocho de cada 10 usuarios latinoamericanos padece este síndrome.



Reuters

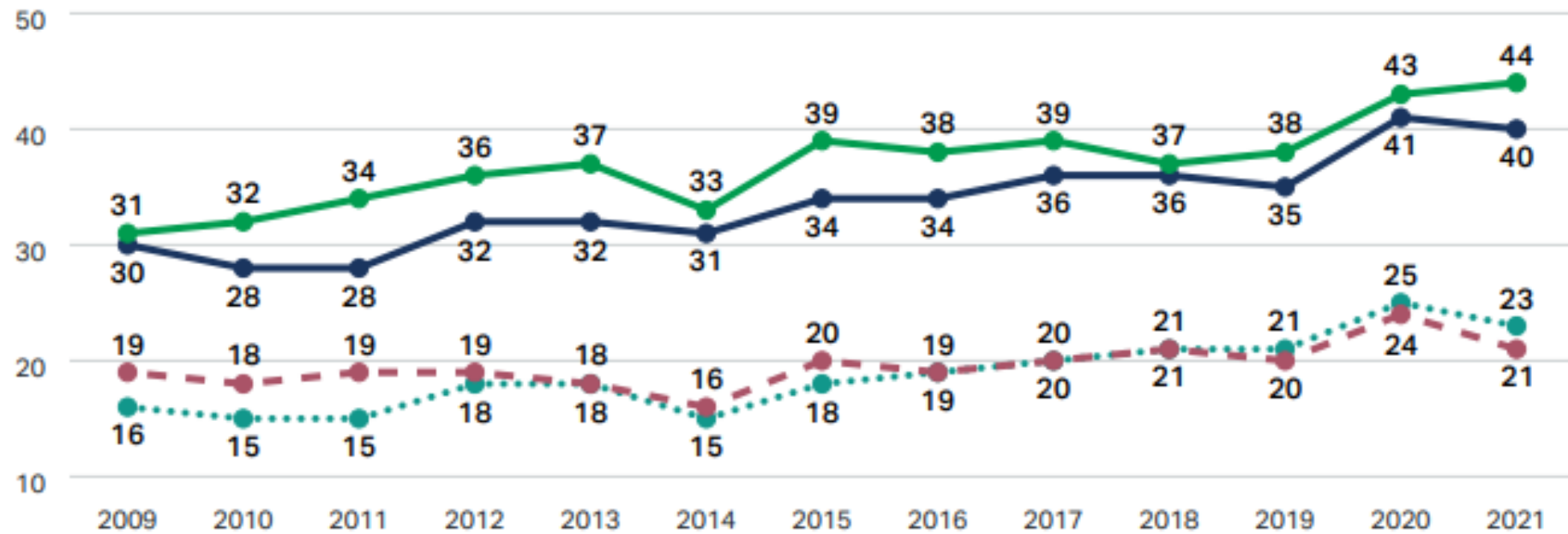
Autor: [América Economía.Com](https://www.americaeconomia.com) | 10 March 2022

Business Experience es Human Experience

Daily Negative Emotions

Did you experience the following feelings during A LOT OF THE DAY yesterday? How about [worry, stress, anger, sadness]?

● % Stress ● % Worry ● % Anger ● % Sadness



Steve Jobs



“Estoy convencido de que la única cosa que me mantuvo en pie para seguir adelante, fue que **amaba lo que hacía**”.

Viajando por la experiencia B2B

15K
¿Cuál es mi estrella guía?

5K
¿Cómo estoy?

17K
¿A dónde voy?

Primeros
5K
¿Dónde estoy?

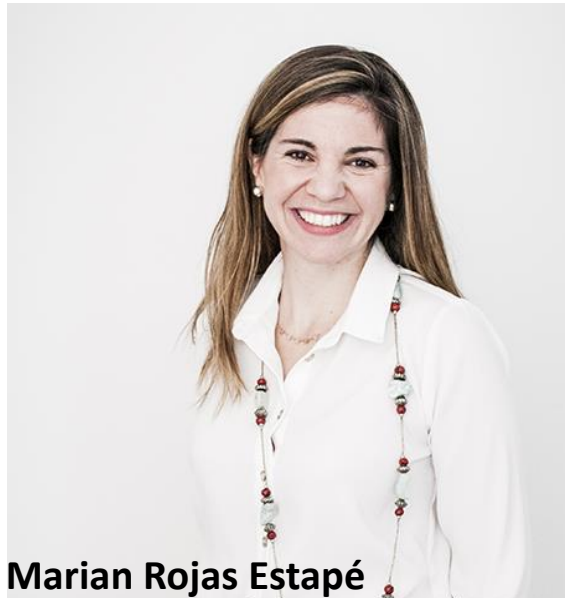
De la Reflexión a la Acción



15K

¿Cuál es mi propósito?
¿Por qué hago lo que hago?
¿Cuál es mi razón de ser?

Mis autores



Marian Rojas Estapé



Luis Huete



Victor Küpper



Rafael Zavala



Mario Alonso Puig



Robin Sharma

Jack Ma



“La cosa más importante que debes tener es **paciencia**”.

Satya Nadella



“Necesitamos **obsesionarnos con nuestros clientes**”

Sundar Pichai



"Recompense esfuerzos,
no resultados"

Jeff Bezos



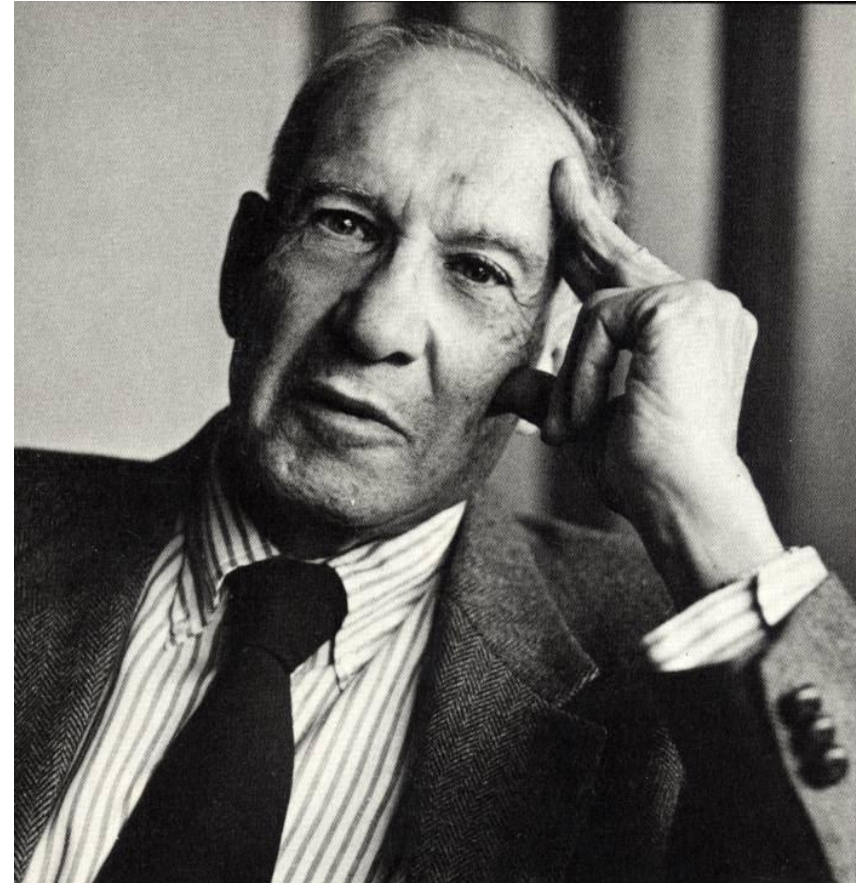
“El mejor servicio al cliente es cuando el cliente no necesita llamarte, ni hablar contigo.
Simplemente funciona”.

“Cuando algo es lo suficientemente importante, hazlo. Incluso cuando todo esté en tu contra”.



Elon Musk

**“Donde hay una
empresa de éxito,
alguien tomó
alguna vez una
decisión **valiente**”**





GO-CX / 22
X-Management
Avanzando en la Gestión de la Experiencia

Muchas gracias



Tomemos un Café CX