



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

Avanzando en la Gestión de la Experiencia

¡BIENVENIDOS!



Ruta para el ROI de CX

Alexis Herrera / David Vanegas

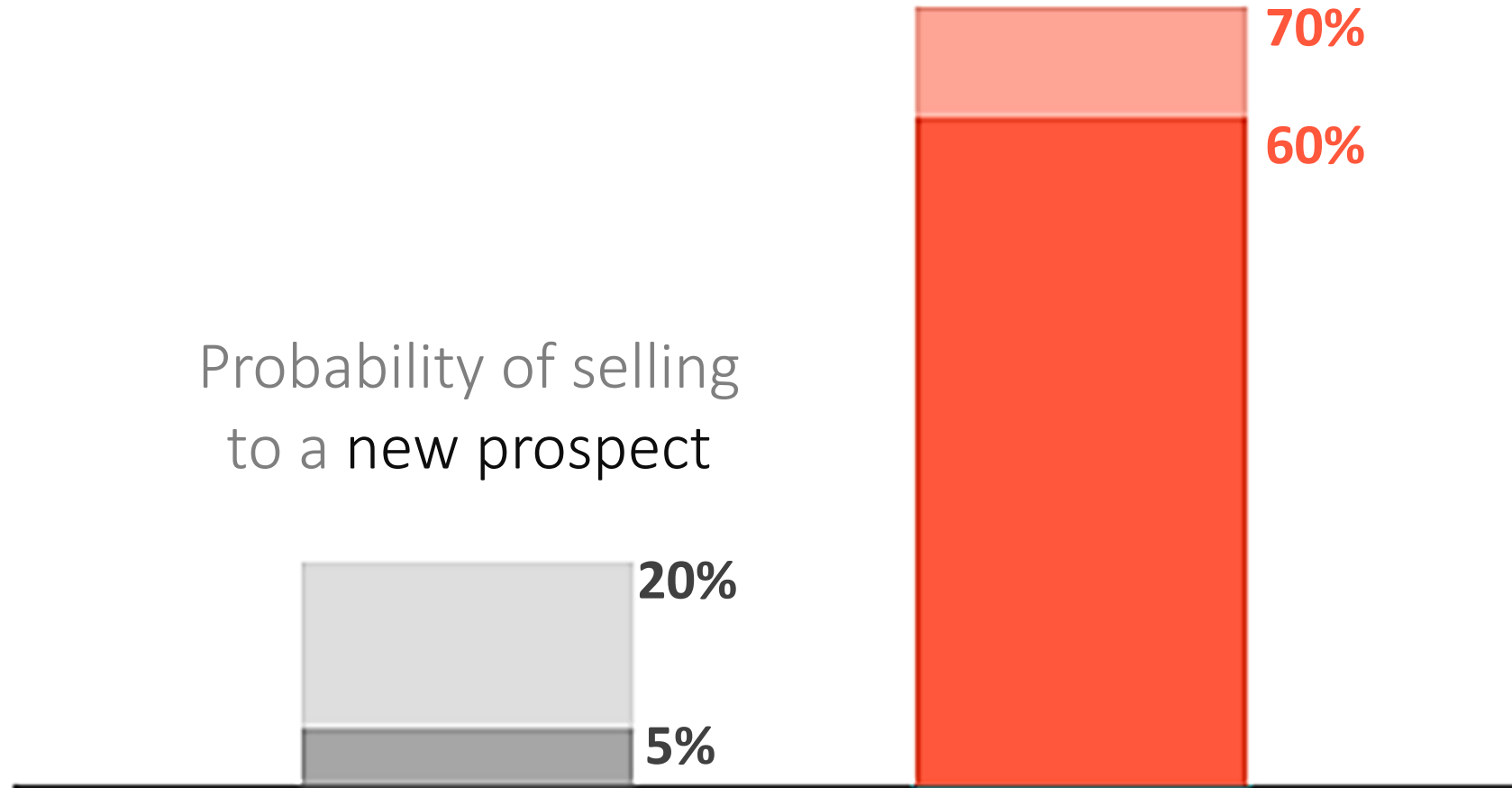


THE
MARKET
CONNECTION
GROUP



Probability of selling
to an **existing customer**

Probability of selling
to a new prospect

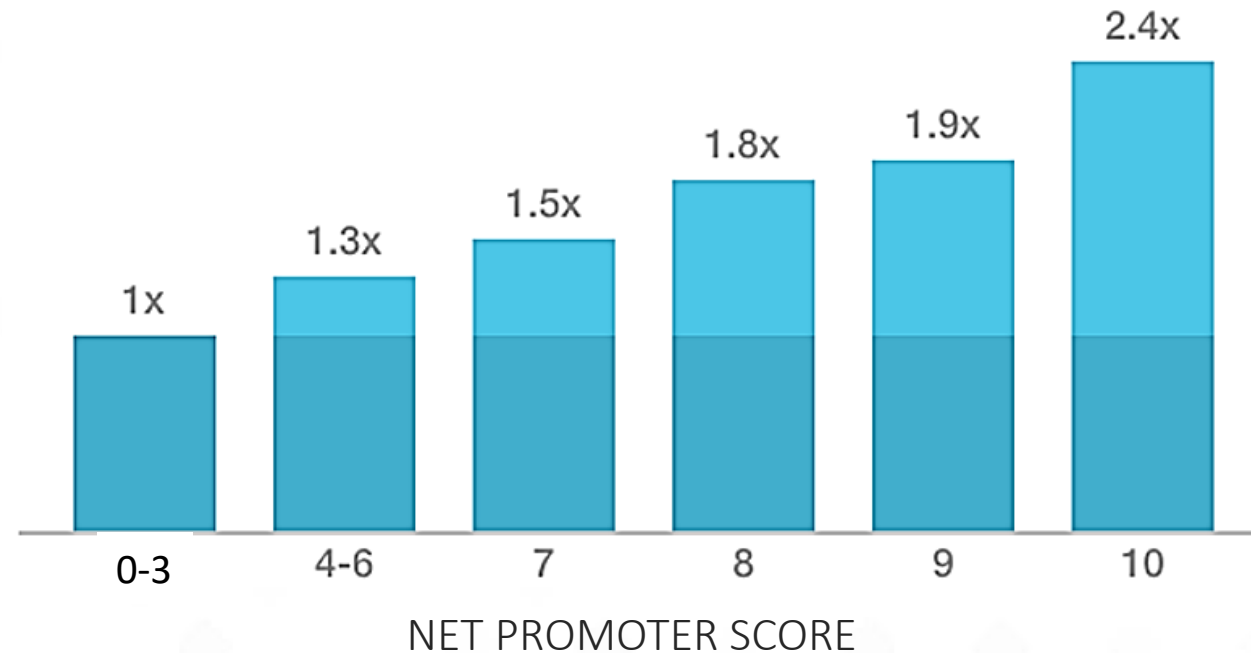




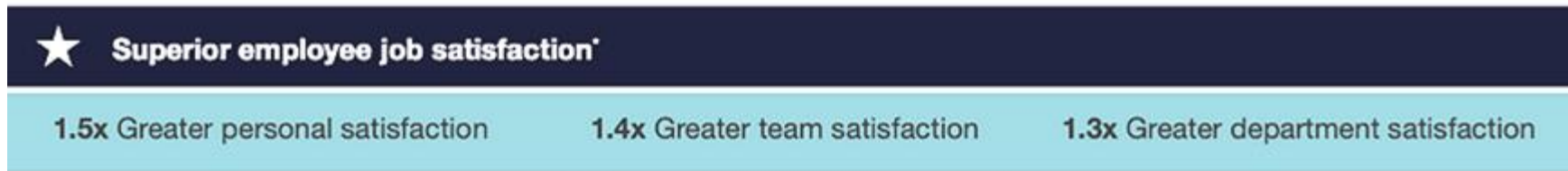
CUSTOMER EXPERIENCE DRIVES SALES

In a transaction-based business, sales are driven by good customer experience

ANNUAL REVENUE INCREASE PER CUSTOMER



Experience-driven businesses have happier employees and superior performance across the customer life cycle



📊 Superior business performance~



* Cited stats compare percent "very satisfied"
 ~ Cited stats compare average YoY growth rates

<ul style="list-style-type: none"> 1.6x Customer satisfaction ratings 1.9x Repeat purchase rates 	<ul style="list-style-type: none"> 1.7x Customer retention rates 1.6x Customer lifetime value
--	---

Base: 1,269 CX technology and metrics decision makers at global enterprises
 Source: A commissioned study conducted by Forrester Consulting on behalf of Adobe, February 2018

EDBs in various industries are more effective at achieving their specific goals.



Industry	Most critical priority	EDBs' outcomes versus others in the same industry
 Manufacturing	Address rising customer expectations	1.3x have increased conversion rates 2x are leaders in customer loyalty metrics
 Financial services/ insurance	Grow revenue	1.3x exceed revenue growth expectations 1.9x exceed stock price expectations
 Government	Reduce costs	1.6x report higher department-level employee satisfaction 1.6x have faster software development cycles
 Healthcare	Improve the experience of customers	1.9x have improved customer satisfaction metrics 1.3x have seen increased customer advocacy
 Media and entertainment	Accelerate digital business	0.9x report faster time-to-market for new products 1.5x exceed expectations for CX metrics
 Retail	Acquire customers in new segments/markets	1.6x have seen increased customer advocacy 1.8x are leaders in brand equity metrics
 B2B technology	Increase influence and brand reach in the marketplace	1.7x are leaders in brand equity metrics 1.7x are leaders in product reviews and ratings
 Travel and hospitality	Increase customer retention/loyalty	1.7x are leaders in customer loyalty metrics 2x have seen increased customer advocacy

CX es gran negocio

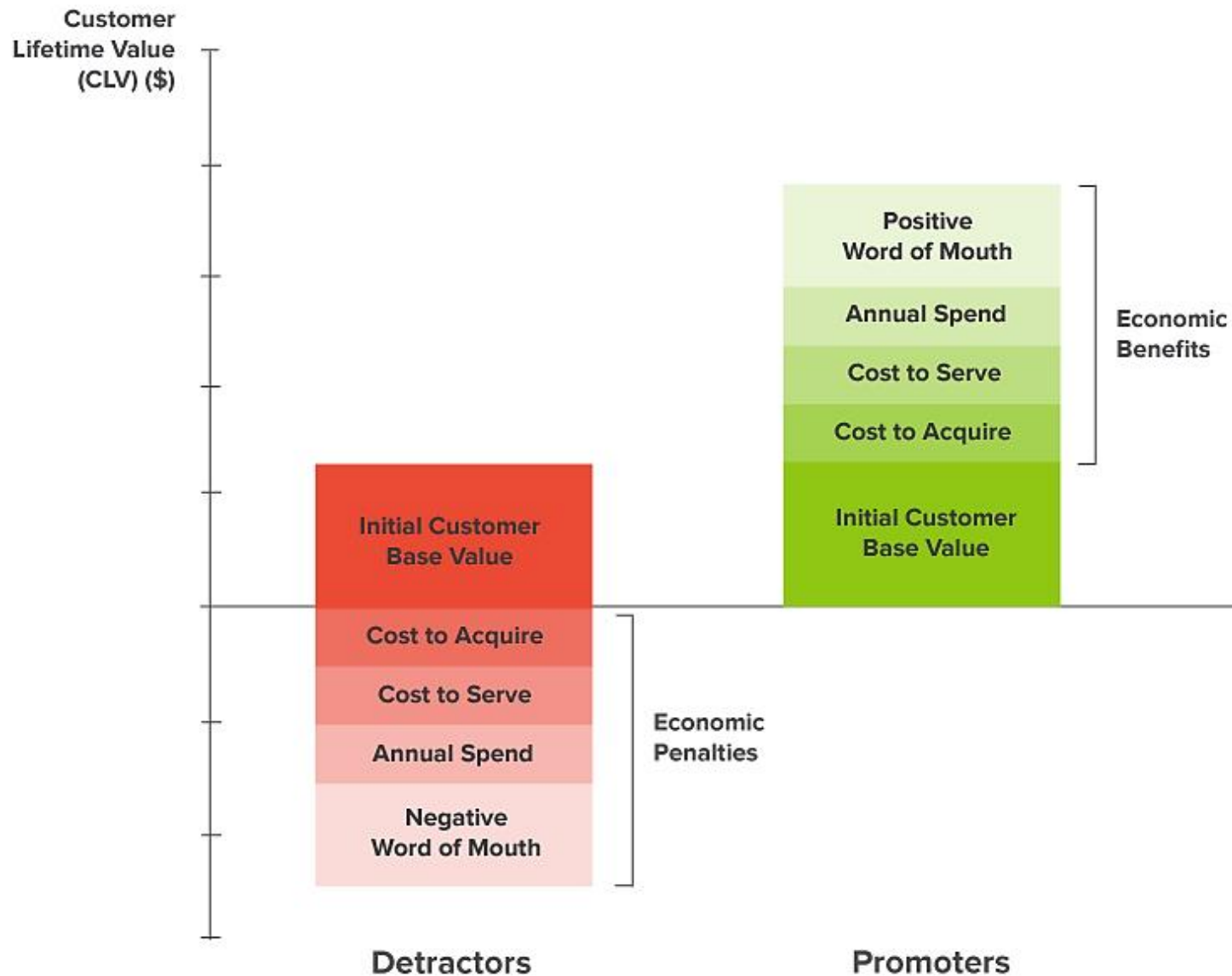


Figure 1: Performance varies widely among P&C insurers in the US, with USAA leading in several categories



Note: Acquisition and loss indexes were calculated as the insurer rate divided by the market average rate; all data shown is a composite of auto and home
 Source: Bain/Research Now US P&C Insurance Survey 2014

Enfoque 1: valor vía ingreso vs costo

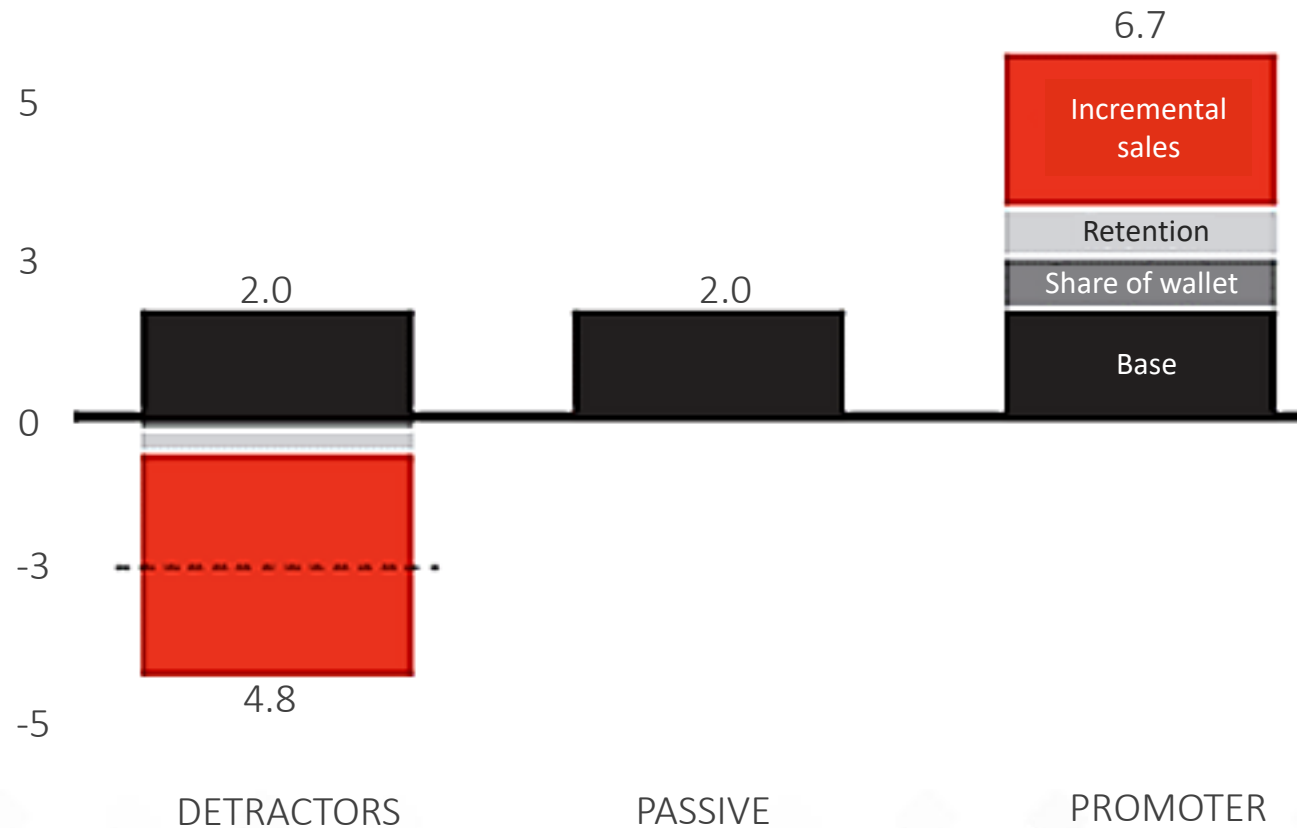


Enfoque 2: valor neto Promotores vs. Detractores

Among affluent, promoters are worth \$ 9.500 more than detractors

Affluent customer retail Banking lifetime profitability

\$8K



Additional Upside (Not quantified)

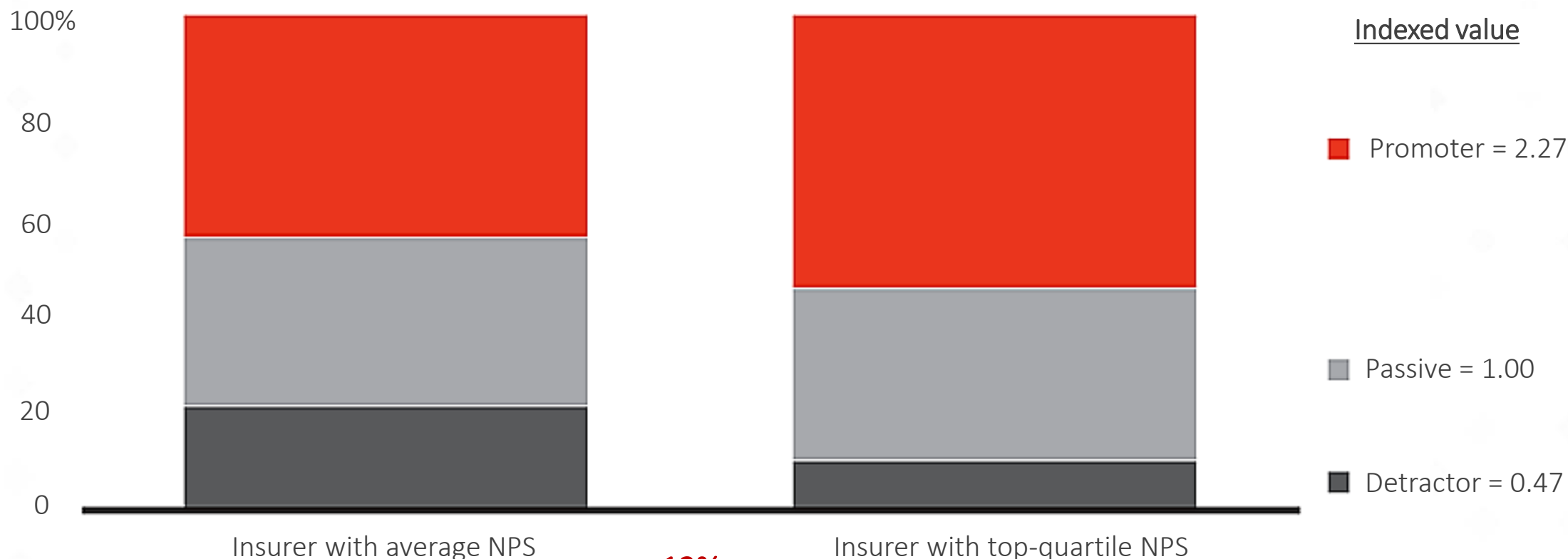
- ° Value of secondary referrals from referred customers
- ° Decreased cost to serve Promoters
- ° Investment product cross-sell rates to promoter

Enfoque 3: aumento en “valor del cliente en el tiempo”



Achieving top-quartile NPS is worth an additional 13% in customer lifetime value

Percent of respondents



Indexed customer value

1.45

+ 13%

1.64

NPS

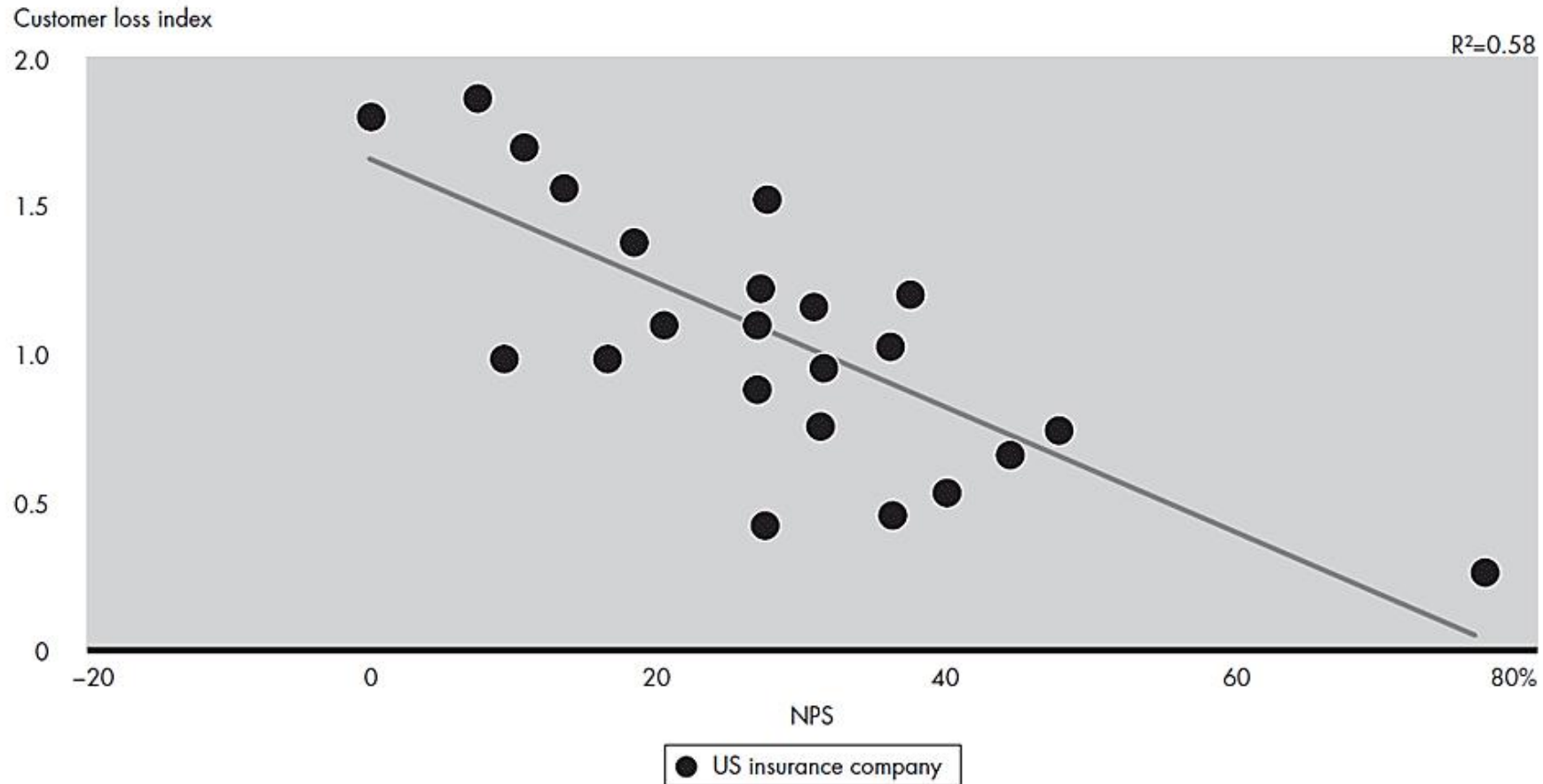
24

45

Enfoque 3: aumento en “valor del cliente en el tiempo”...



Insurers with higher NPs have lower defection rates

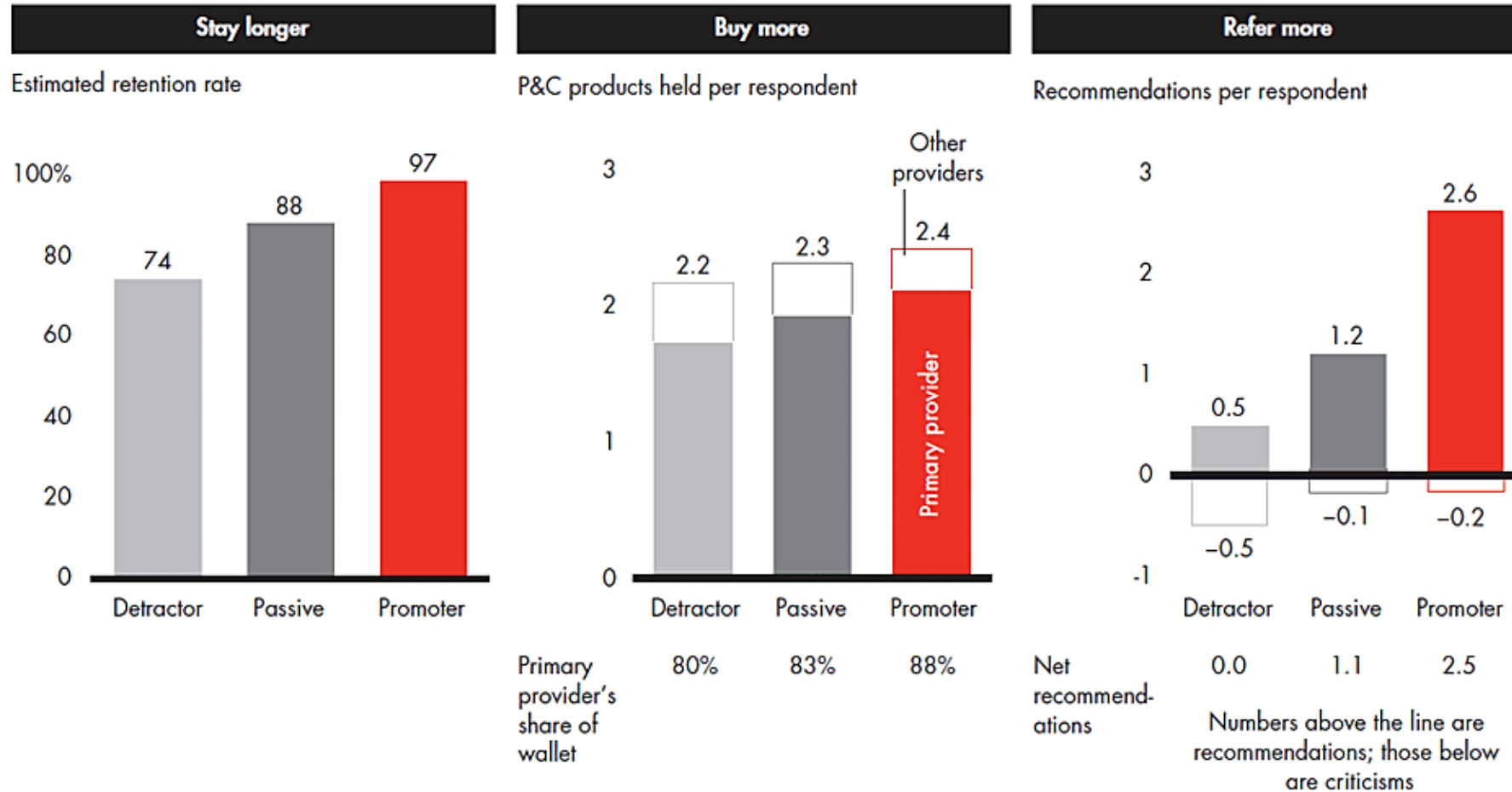


Source: Bain/Research Now US P&C Insurance Survey 2014

Enfoque 1, 2 y 3...



Customers who are promoters of their carrier stay longer, buy more and provide more referrals



Source: Bain/Research Now US P&C Insurance Survey 2014

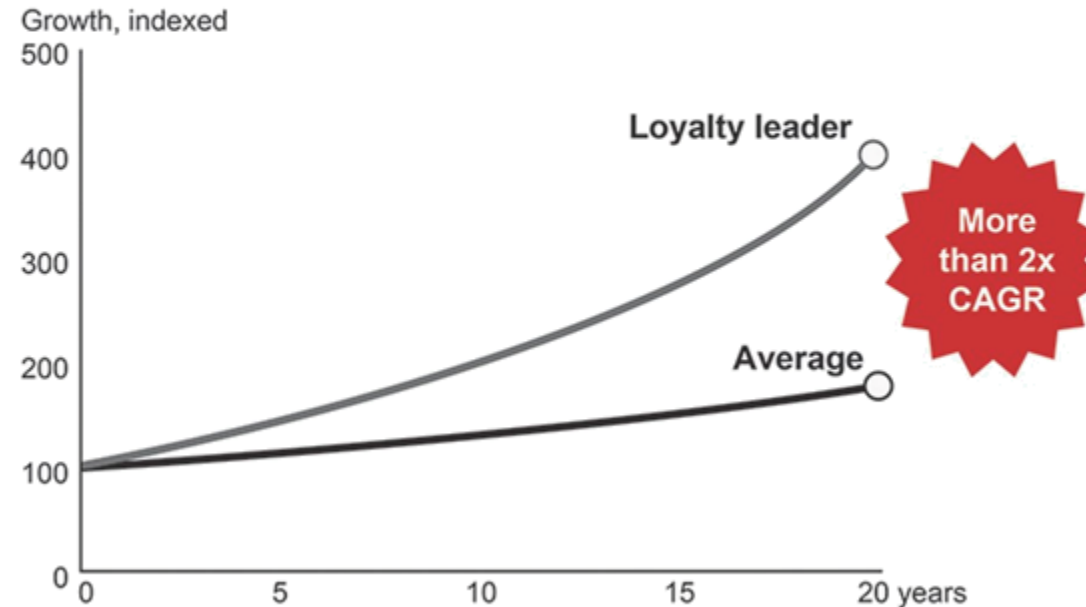
La satisfacción no tiene una correlación con crecimiento...la recomendabilidad si



“52% de los clientes que dicen estar satisfechos se van de las organizaciones”.

Why Satisfied Customers Defect,
Thomas O. Jones and W. Earl Sasser,
Jr., Harvard Business Review

A company's Net Promoter Score® is a good indicator of its future growth



Customer promoters drive real value:

- Buy more
- Stay longer
- Refer friends
- Provide feedback and ideas

Source: Bain & Company

“... Net promoter Score explained roughly 20% to 60% of the same variation in organic growth rates among competitors. On average, industry’s Net Promoter leader, outgrew its competitors by a factor greater than two times.”

```
graph LR; A((Procesos implementados)) --> B((Mecanismos de fondeo)); B --> C((Comportamientos económicos del cliente));
```

Procesos
implementados

Mecanismos de
fondeo

Comportamientos
económicos del
cliente

Foco en puntería

Encuentra palancas desde el profundo entendimiento del cliente

KPI's clave:

- Identificación de Drivers de Lealtad
- Escucha en tiempo real en momentos clave

ENTENDER

Foco en resolver

Recupera Detractores y resuelve higiénicos de servicio (sobre todo donde tienes más maniobra)

KPI's clave:

- Retención
- Costo de servicio

REACCIONAR

Foco en "Customer Success"

Engancha a segmentos estratégicos de manera deliberada .

KPI's clave:

- Customer Lifetime Value

ANTICIPARSE

Foco en vender

Moviliza Promotores generando prospectos de valor y habilita la venta "Cliente-Céntrica"

KPI's clave:

- Costo de adquisición de clientes
- Venta nueva

VENDER



21 sensores
en tiempo real
en manos de
toda la empresa

NPS 19

ENTENDER

Reducción del **35%**
de Detractores

Solución del
65 al **89%** de los casos

70% ROI

REACCIONAR

Disminución del **35%**
retiros tempranos

Aumento de CLTV **X1.5**

ANTICIPARSE

Incremento **32%**
en ventas en los
últimos meses

NPS 57

VENDER

Detrás de cámaras

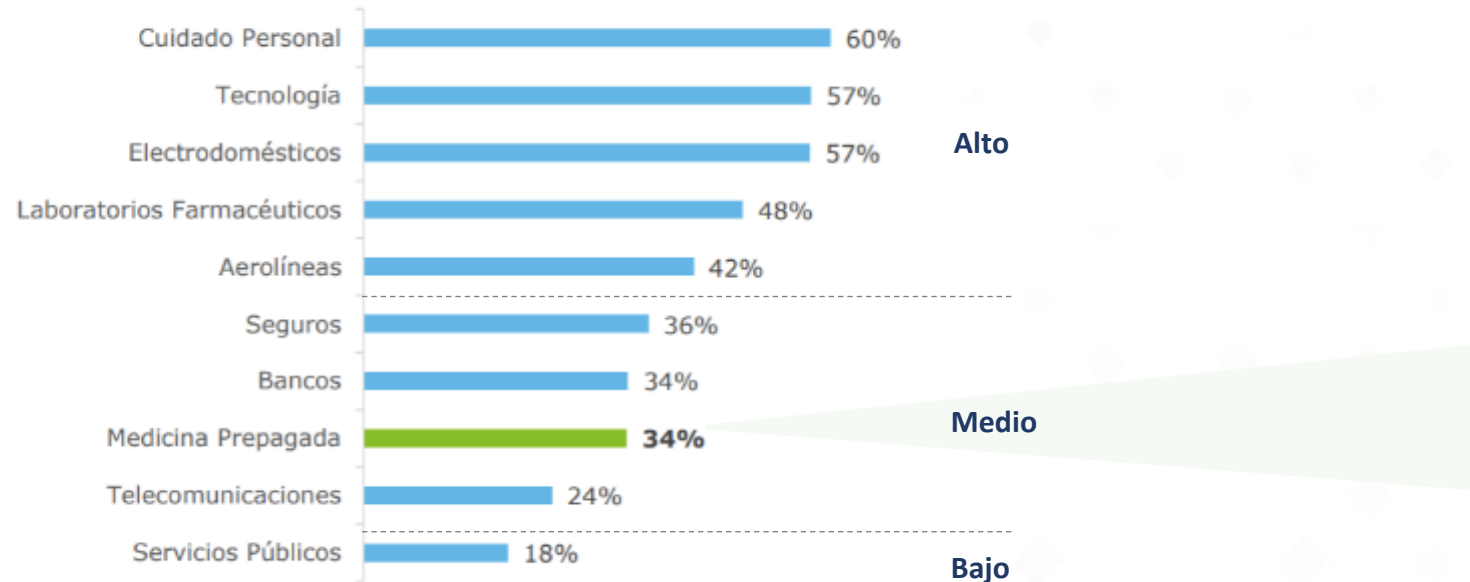
**... esta es nuestra
historia**



El NPS del sector Medicina Prepagada



Gráfico 1. NPS promedio por sector



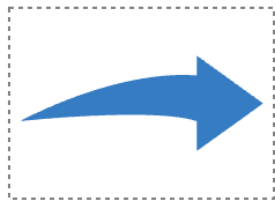
19 NPS
Coomeva
Enero 2021

Deloitte adelanto un **estudio de NPS** en el 2018 con muestras representativas estadísticamente de **diferentes sectores económicos** (Nivel de confianza 95%, m.e.: 3%)



Nueva Gerencia General

Gerencia de compañías.
Experiencia en áreas de
mercadeo, servicio y ventas.



Una de las metas
crucialmente importantes
fue el tema del servicio

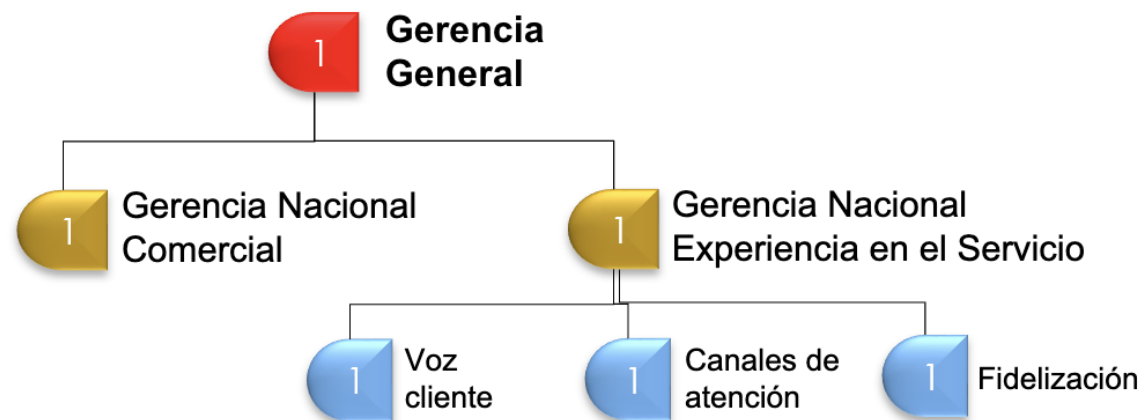
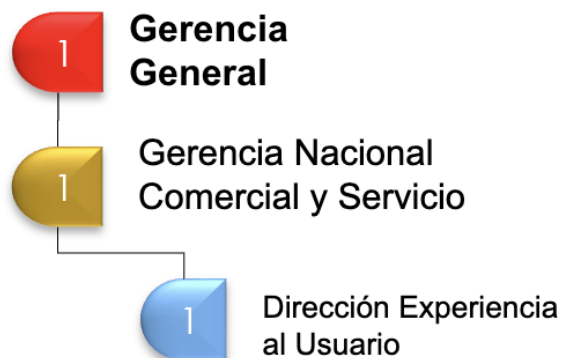


Cultura centrada en procesos
de la compañía, fricción en
algunos procesos

Diseño

Arquitectura organizacional CX

Reforzar el área de experiencia





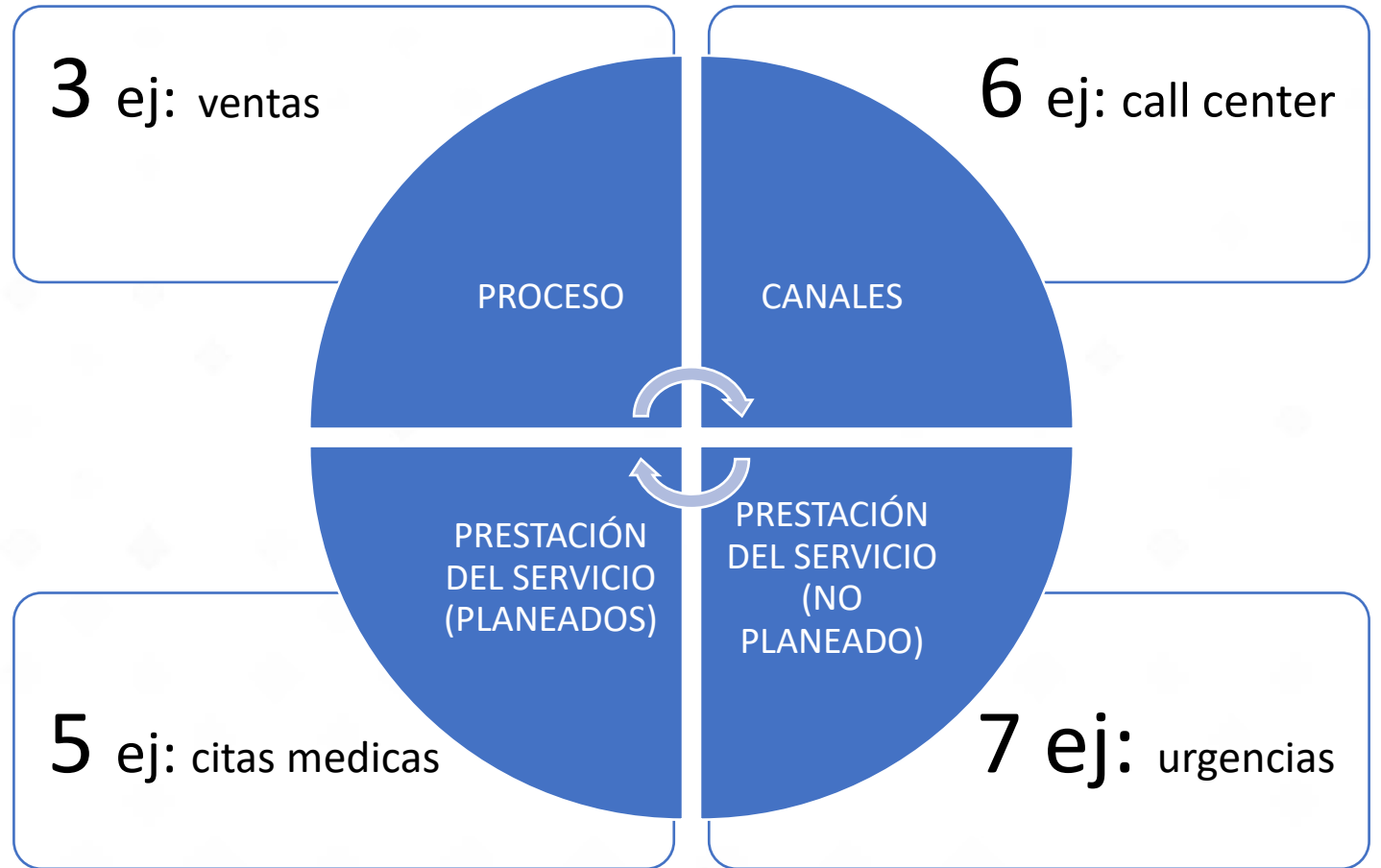
ENTENDER

Pasamos de tener un NPS de 19 a.... Tener un NPS actual de **57**

+150.000
total respuestas al año

27% mas de respuestas
que en el año 2021

21 sensores
prendidos
24/7



La voz de nuestros usuarios



“La plataforma de pagos online no funciona, lo que me implica cada mes ir a hacer filas, eso hace que el servicio no sea atractivo para personas de mi edad, por lo que no lo recomendaría”.

“...cada vez que yo voy a pagar de forma virtual llamo al servicio al cliente y uno es un desespero porque son casi 15 minutos para hablar con un asesor, porque ninguna de las opciones sirve, la parte automática no sirve para el usuario, entonces me toca recurrir a un asesor y siempre por un problema recurrente, ...”

“... cuando se comunica no le resuelven, por que no pueden buscar una forma mas fácil y en línea ...”

“Llevamos una semana completa esperando la corrección de una autorización ... además fue por un error de ustedes”

“Todo los procesos son lentos hasta el envío del carnet. La parte comercial solo vende el plan y no existe venta consultiva.”

“Me parece que para medicina prepagada tienen un excelente servicio sin embargo sus plataformas virtuales son muy confusas, difíciles de manejar y a veces poco efectivas, siempre tengo que intentar contactar un asesor para pedir ayuda”

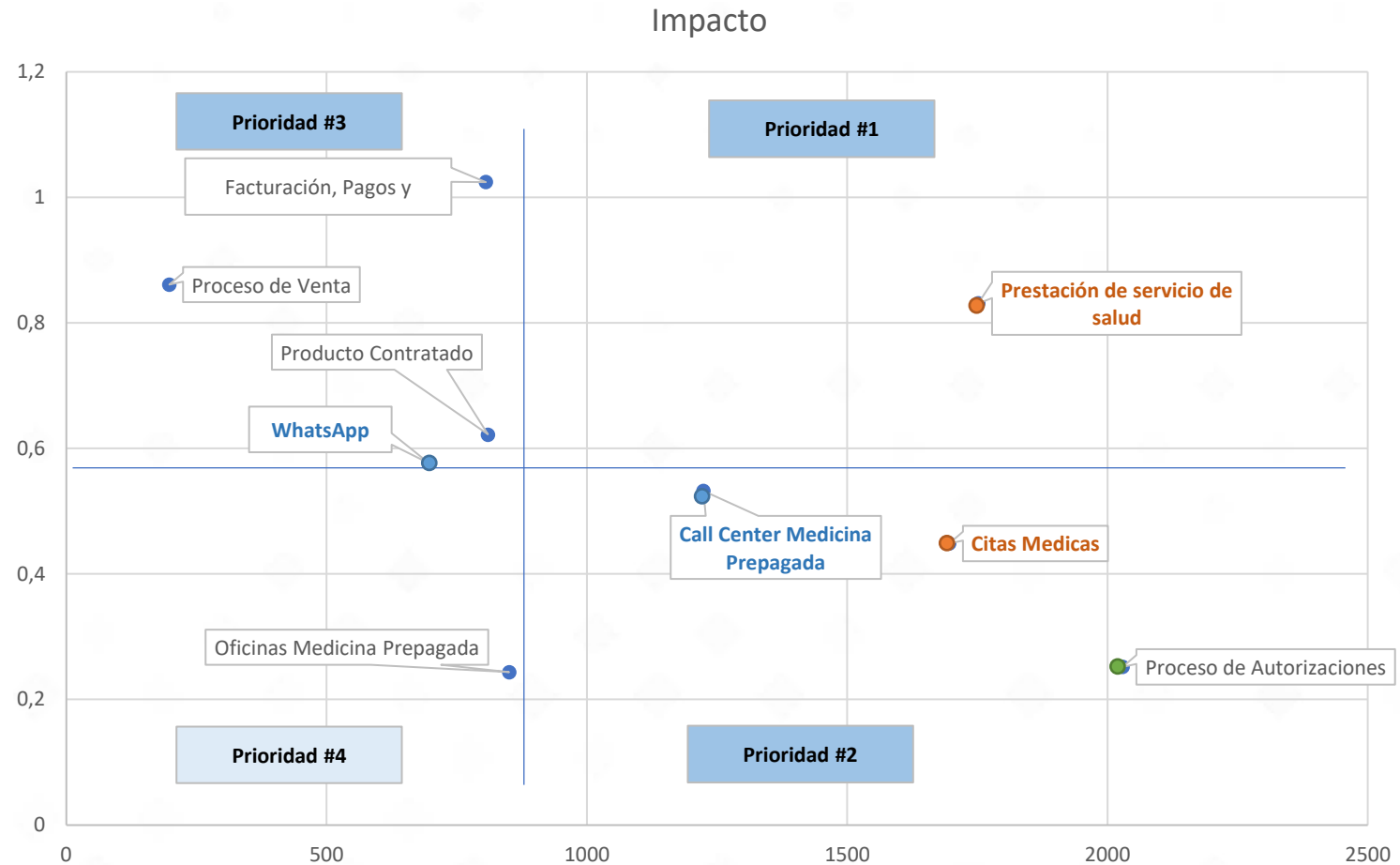
“...pagando la mensualidad con ese mismo valor se puede pagar en particular para 2 o tres servicios, coomeva medicina prepagada se usa máximo 4 veces al año ...”



Prestación del servicio / Citas

Canales de atención

Modelo Autorizaciones





REACCIONAR

Parte de los resultados viene acompañado del proceso de transformación de canales – proyecto Multiexperiencia



Procesos Omnicanal



Menos contactos = Menos fricción
El usuario puede tener una transacción que hace apoyado en varios canales (Call – WhatsApp)

Back de Experiencia

Resolver mas rápido solicitudes
Pasamos de 19% a 92% en un día

LISA 2.0



Indicadores sobresalientes
Nivel de servicio 84%
NPS 84

LINEA ELITE

Atención diferencial para mayores de 60 años, asociados, y colectivos VIP.



MEJORAS IVR

- Rediseño menú IVR (Simplificarlo)
- Reducción de pasos IVR Covid 19
- Implementación voz institucional en IVR



VIDEOLLAMADA WHATSAPP



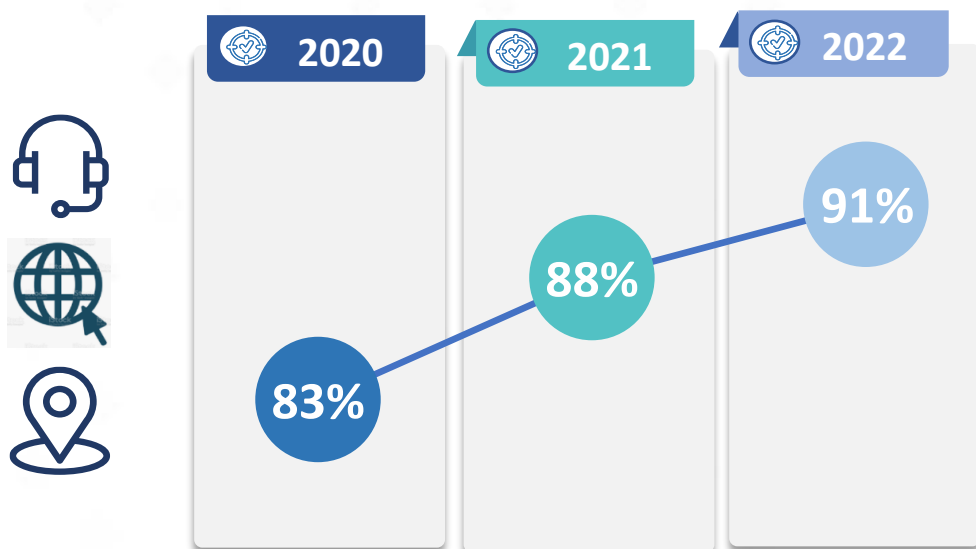
Multiexperiencia:
Integración de canales de atención,
eliminar fricción a los usuarios

Foco en higiénicos básicos, en los canales de atención

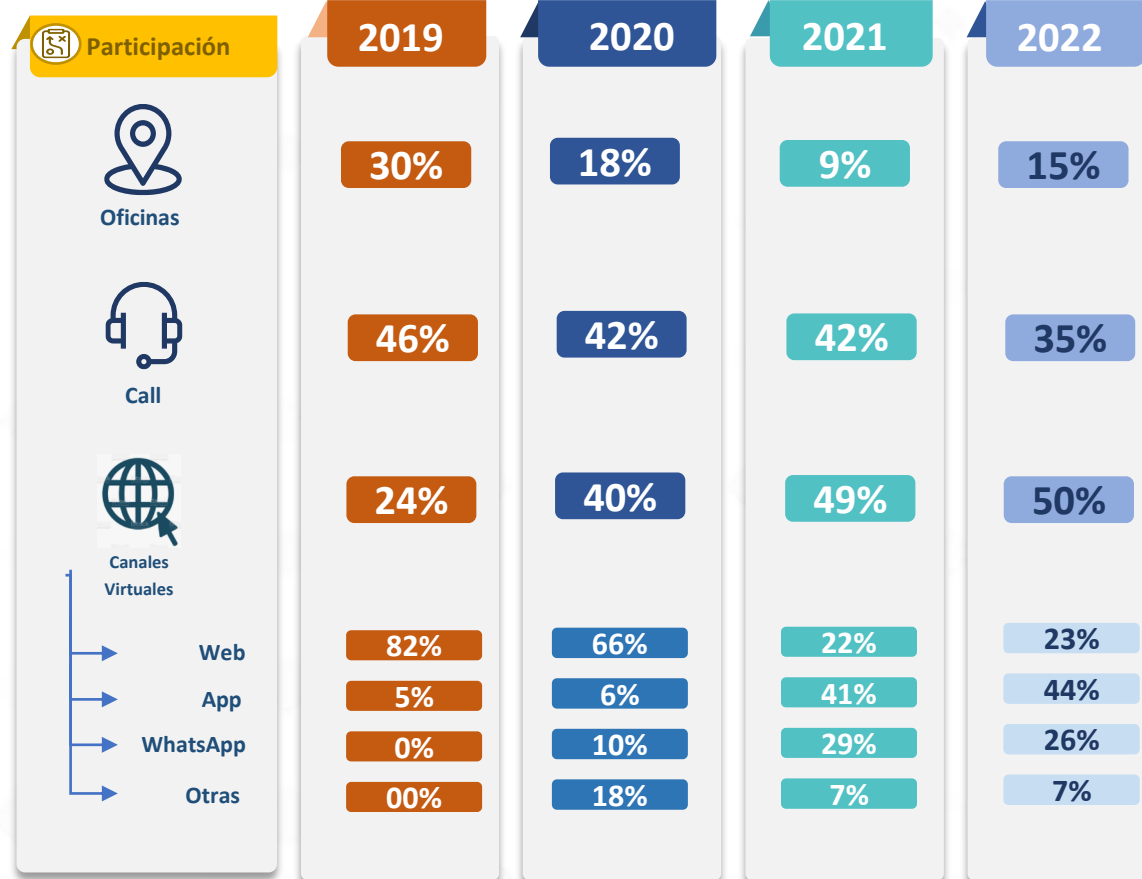
Crecimiento de participación de canales virtuales,



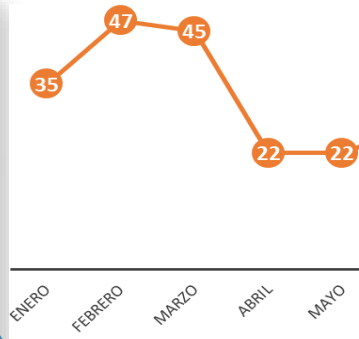
Niveles de Servicio



Contactos totales a junio



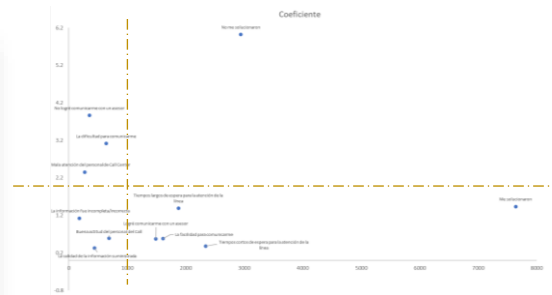
Ejemplo de intervención Cierre de ciclo largo- Call



DIAGNOSTICO

Focalizado desde la voz del usuario, causales, verbatim de usuarios,

Dificultad en la comunicación con el agente del Call



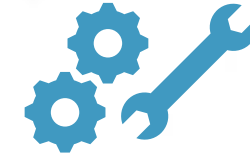
HALLAZGOS

Visitas de campo, análisis causa raíz, pruebas, diagnostico de casos

Técnico - Caída de llamadas

Técnico - Llamadas Mudas

Tiempos de espera WH



ACCIONAR / INTERVENCIÓN

Visitas de campo, pruebas, diagnostico de casos

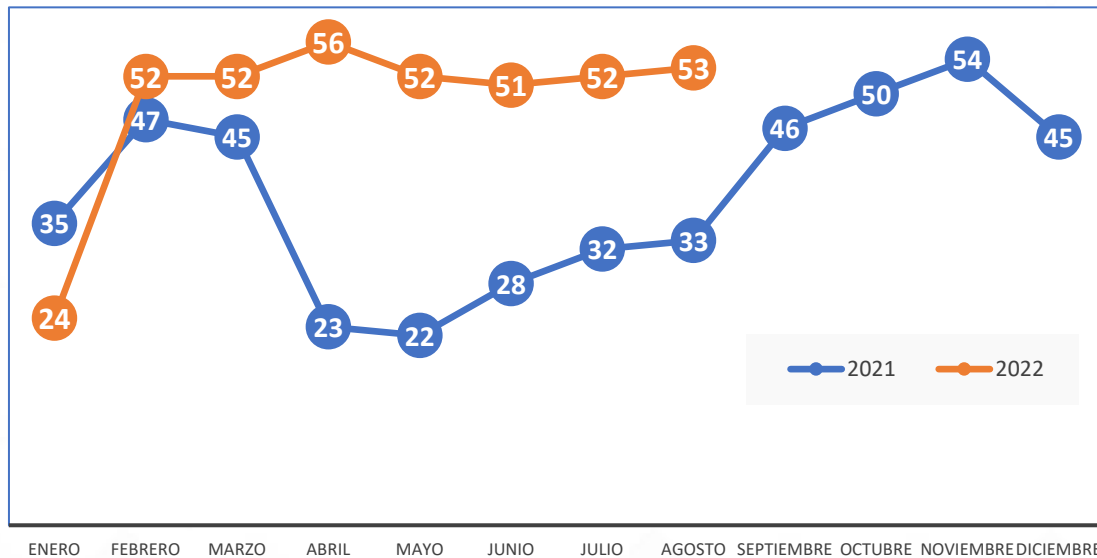
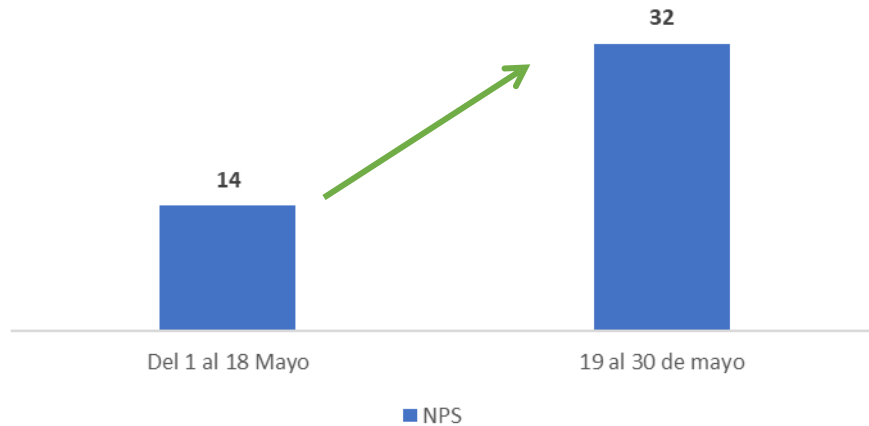
Soluciono

20% Llamadas caídas

6% Llamadas mudas

Canales de atención

NPS Call Center Mayo



“Me encanta este sistema de atención, es rápido y personalizado. La atención es excelente y el tiempo de espera adecuado”

NATALIA

“muy oportuno y muy amable la asesora que me atendió”

CLARA

“El deseo de servir y dar soluciones de profesionales que saben lo que hacen. Esa fue mi experiencia con Karen Bastidas ”

ERNESTO

“Me gusta mucho esta alternativa de servicio. Es rápida y eficiente. Felicitaciones y q sigan mejorando ”

LEONOR



Mejora en la recuperación de servicio de clientes

Evolución Cierre de Ciclo Corto

Intervención de detractores uno a uno campañas relacional y transaccional



Año 2020

VS

Año 2021



+ detractores que
logramos intervenir

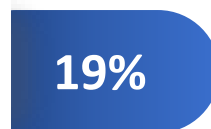


10.000
usuarios

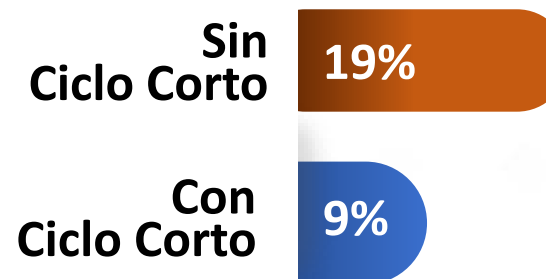
Mientras que en el 2020
iniciamos interviniendo solo el
57% de los detractores en el
2021 finalizamos con 100%*



% Detractores



“Al intervenir un detractor es muy probable que esa experiencia lo convierta en un promotor de la marca”



Retiros

Cantidad usuarios retirados

Recuperación
10%



ANTICIPARNOS

Pasamos de tener canales solamente receptivos a proactivos que buscan anticipar las solicitudes de los usuarios.



1.500.000
Total contactos

80%

- Líneas de atención.
- Interacciones App
- Pagina web
- Turnos puntos de experiencia


INBOUND

5%

- Procesos que complementan la interacción de los clientes (Back de experiencia, WhatsApp de salida)


OUTBOUND

15%

- Coomeva te acompaña
- Maternas


PROACTIVE



VENDER

Diagnóstico profesional de la venta actual



AUTOPSIA SIN CULPABLES

ORO PLUS.pdf 1,2 MB
COBERTURAS ORO... 429,7 KB
Plegable Coberturas... 777,6 KB
Coberturas PLATA P... 125,8 KB

Descargar todo · Vista previa de todo

Gusto en saludarle

Espero se encuentre muy bien,

Agradecemos su interés por nuestros programas de medicina prepagada.

Enviamos dos propuestas para su revisión.

El programa Oro plus para su núcleo familiar completo con tarifa especial se la mantenemos todo el año \$ 985005 Iva incluido con el descuento especial del diez % 10 por ciento de descuento una fabulosa tarifa todo el año se le mantendrá en **886504** pesos

El programa plata prime familiar Neto \$760095 tarifa con descuento 10 % IVA INCLUIDO **684085**

Adjunto el link del directorio médico para que pueda consultar nuestra red de prestadores a nivel país.

consultar nuestro directorio médico a nivel país.

Más de 6 Mil especialistas y prestadores.

Adjunto Anexos de coberturas

Gracias

20 de mayo de 2022

Los mensajes y las llamadas están cifrados de extremo a extremo. Nadie fuera de este chat, ni siquiera WhatsApp, puede leerlos ni escucharlos. Toca para obtener más información.

Buenas tardes 4:15 p. m.

Señora Camila le envío nuestro programa Oro plus de Coomeva Medicina Prepagada con las coberturas que tenemos para usted y su grupo familiar 4:18 p. m.

ANEXOS 2022_ANEX... 4:20 p. m.
3 páginas · 197 kB · PDF

ANEXOS 2022_ANEX... 4:21 p. m.
2 páginas · 186 kB · PDF

Recuerde durante este mes tenemos una campaña super especial para grupos familiares que ingresen durante el mes

años en el programa Oro plus. 4:25 p. m.

También se le obsequia la cuota de inscripción para cada uno de los integrantes por valor de \$4.900 4:25 p. m.

Sexo	Edad	Cuota	Valor
Masculino	Oro Plus	20%	208.810
Femenino	Oro Plus	20%	208.810
Masculino	Oro Plus	20%	208.810
Femenino	Oro Plus	20%	208.810

Recuerde mi nombre es Diana Muñoz soy la persona que le atenderá en su proceso de vinculación. 4:56 p. m.

Recuerde que con nuestro programa Oro plus tiene cobertura de medicamentos ambulatorios prescritos en caso de enfermedad o accidente así: 6:27 p. m.

Hospitalización y cirugía Ambulatoria: Hospitalización mayor a 24 horas: hasta por un valor de \$400.000 vigencia/poliza, sin limitar el número de eventos en el año. 6:27 p. m.

Cirugía ambulatoria: hasta por un valor de \$100.000 vigencia/poliza, sin limitar el número de eventos en el año 6:27 p. m.

* El límite máximo global de reconocimiento para esta cobertura es de \$400.000 vigencia/poliza 6:27 p. m.

Urgencias: Urgencia médica u odontológica: hasta por un valor de \$150.000 aplica para medicamentos, sin límite de número de eventos por año. 6:29 p. m.

reconocimiento para esta cobertura es de \$400.000, 20 de mayo de 2022 6:27 p. m.

Urgencias: Urgencia médica u odontológica: hasta por un valor de \$150.000 aplica para medicamentos, sin límite de número de eventos por año. 6:27 p. m.

* Esta cobertura no es acumulable con la asistencia de medicamentos derivados de una hospitalización o cirugía ambulatoria 6:27 p. m.

Terapias post Hospitalización: Hasta por un valor de \$100.000 vigencia/poliza, sin limitar el número de eventos al año. 6:28 p. m.

Otro de nuestros valores agregados es la renta por Hospitalización: protege tu ingreso en caso de Hospitalización con esta cobertura exclusiva para nuestros usuarios del programa Oro plus hasta \$124.000 a partir del 3er día de hospitalización y hasta máximo 45 días. 6:28 p. m.

* La renta diaria por hospitalización es solo para contratantes con servicio. 6:28 p. m.

Asistencia en viajes en el exterior: cuentas con asistencia médica internacional ante cualquier emergencia cuando sales del país 15.000 USD hasta por 30 días 6:29 p. m.

Venta Cliente-Céntrica



- Verdaderos asesores comerciales desde el profundo diagnóstico por Arquetipos de clientes
- Herramientas de venta basadas en la propuesta de valor desde la definición del cliente
- Movilización de Promotores – Recomendación y Referidos
- NPS de Asesores

Cambios de paradigma



	De:	A:
Auto-concepto	Soy un área de Experiencia del Cliente	Soy un área de negocio
Misión	Mi objetivo es mejorar los indicadores de experiencia	Mi misión es monetizar experiencias superiores del cliente
Restricciones	Quisiera tener más presupuesto	Me genero mi propio presupuesto
Mirada organizacional	Debo trabajar en sensibilizar a la empresa en la importancia del cliente	Debo educar a mi equipo CX en la dinámica del negocio



[linkedin.com/in/alexisgherrera](https://www.linkedin.com/in/alexisgherrera)

aherrera@tmcg.mx



GREMIO COLOMBIANO
DE LA **EXPERIENCIA**
Conexiones más humanas



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

Avanzando en la Gestión de la Experiencia

¡GRACIAS!