



# Ganando con Customer Experience

Mauricio Alanís

9 de noviembre del 2022

A blurred background image of a crowded event at night. The scene is filled with numerous small, out-of-focus lights in various colors (yellow, orange, red, green, blue) that create a bokeh effect. In the foreground, there's a dark, indistinct shape that looks like a person's head or shoulder, suggesting someone is looking out over the crowd.

**CLIENTES EN FILA  
PARA HABLAR  
CON EL CEO**

**CLIENTES EN FILA  
PARA HABLAR  
CON EL CEO**



# A VOLTEAR LA PIRÁMIDE: **EL CLIENTE EN** **LA CIMA**



A VOLTEAR LA  
PIRÁMIDE:  
EL CLIENTE EN  
LA CIMA



# CULTURA ENFOCADA AL CLIENTE



CULTURA  
ENFOCADA AL  
**CLIENTE**

•Talisis

**U-ERRE**



**UNID**



:IESALUD

harmon hall

# ¿Quiénes realmente han ganado con Customer Experience?

## Sus características:

1. Existe un **compromiso real** de la alta Dirección hacia el Enfoque al Cliente
2. Han migrado a una **cultura** de Enfoque al Cliente en toda su organización
3. Son **Tercos y Pacientes**
4. Usan las métricas (NPS, CES, CSat) para **inspirar aprendizaje y crecer**
5. Tienen su propósito claro: "**Querer a sus Clientes**"

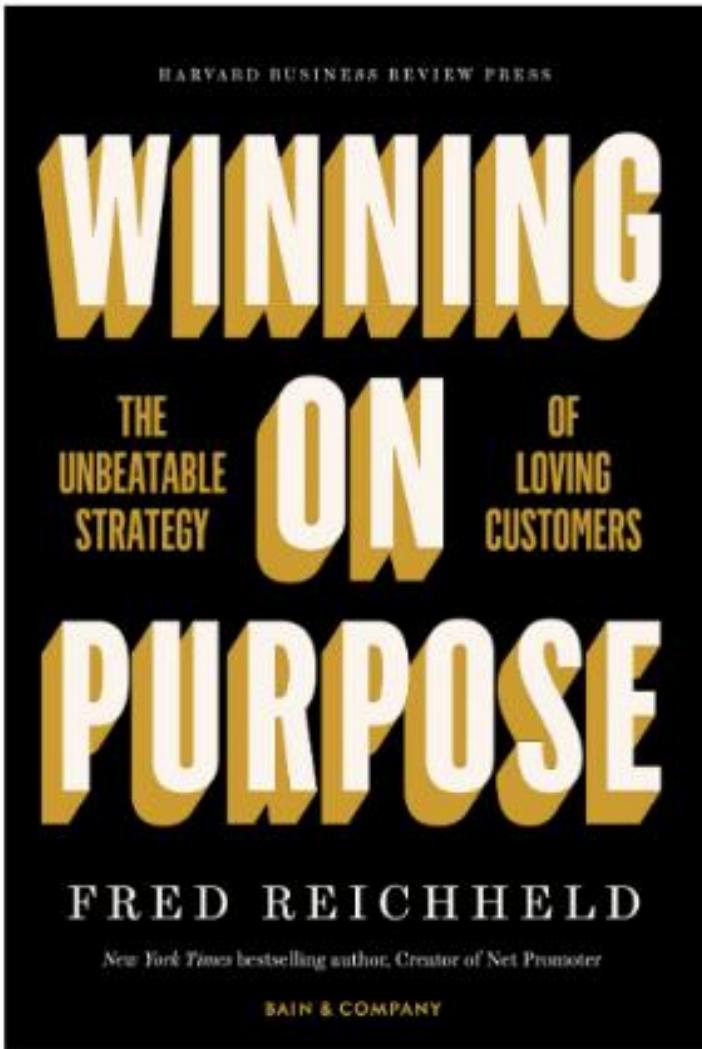
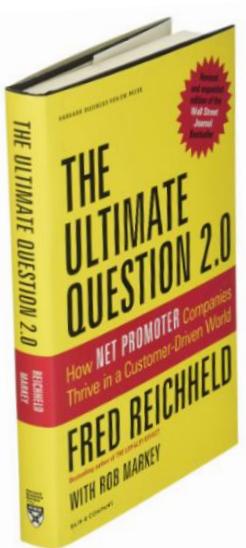




[\(1\) La importancia de la experiencia del cliente, con Jorge Martínez-Arroyo | #CaféconDaniMarote - YouTube](#)



# Reciente libro de Fred Reichheld

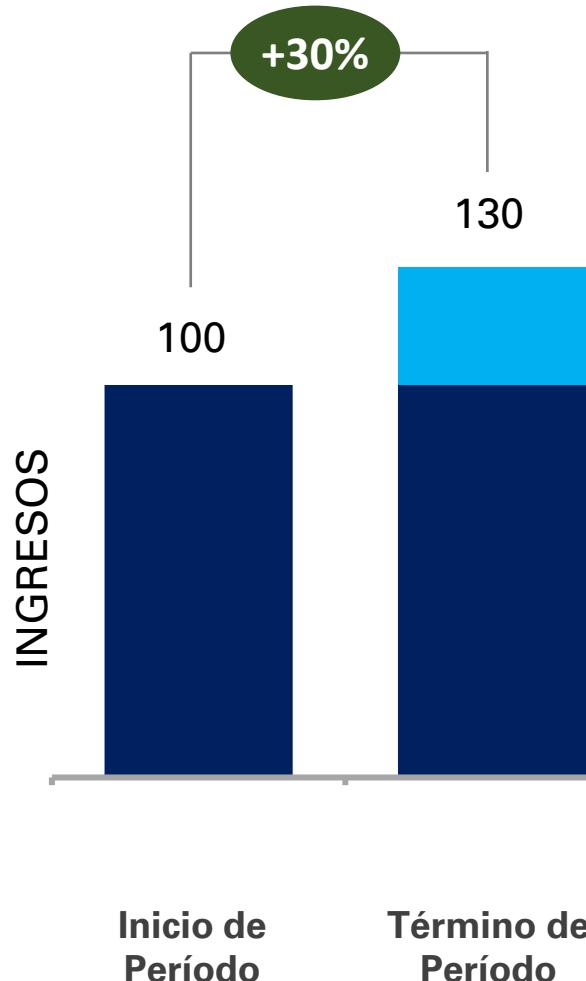


- 1. Enriquecer las vidas de sus Clientes – como su propósito**
- 2. Liderear con amor**
- 3. Apuntar a la Grandeza**
- 4. Hacer sentir amados a los Clientes**
- 5. Inspirar a tus Equipos**
- 6. Respetar a tus Inversionistas**
- 7. Honrar la Regla de Oro**
- 8. Ser persistente**
- 9. Sér Humilde**

# Contabilidad basada en el Cliente

Earned Growth Rate: Reichheld, Fred (2021) Winning on Purpose, Boston, MA: Harvard Business Review Press

Compañía A: **Tasa de Crecimiento Ganado: 10%**



Publicidad, promociones,  
eventos, menciones, etc.  
**Tuvo un costo**

**Nuevos Clientes** que  
llegaron por recomendación  
de Clientes existentes.  
**No tuvo Costo; Boca en Boca**

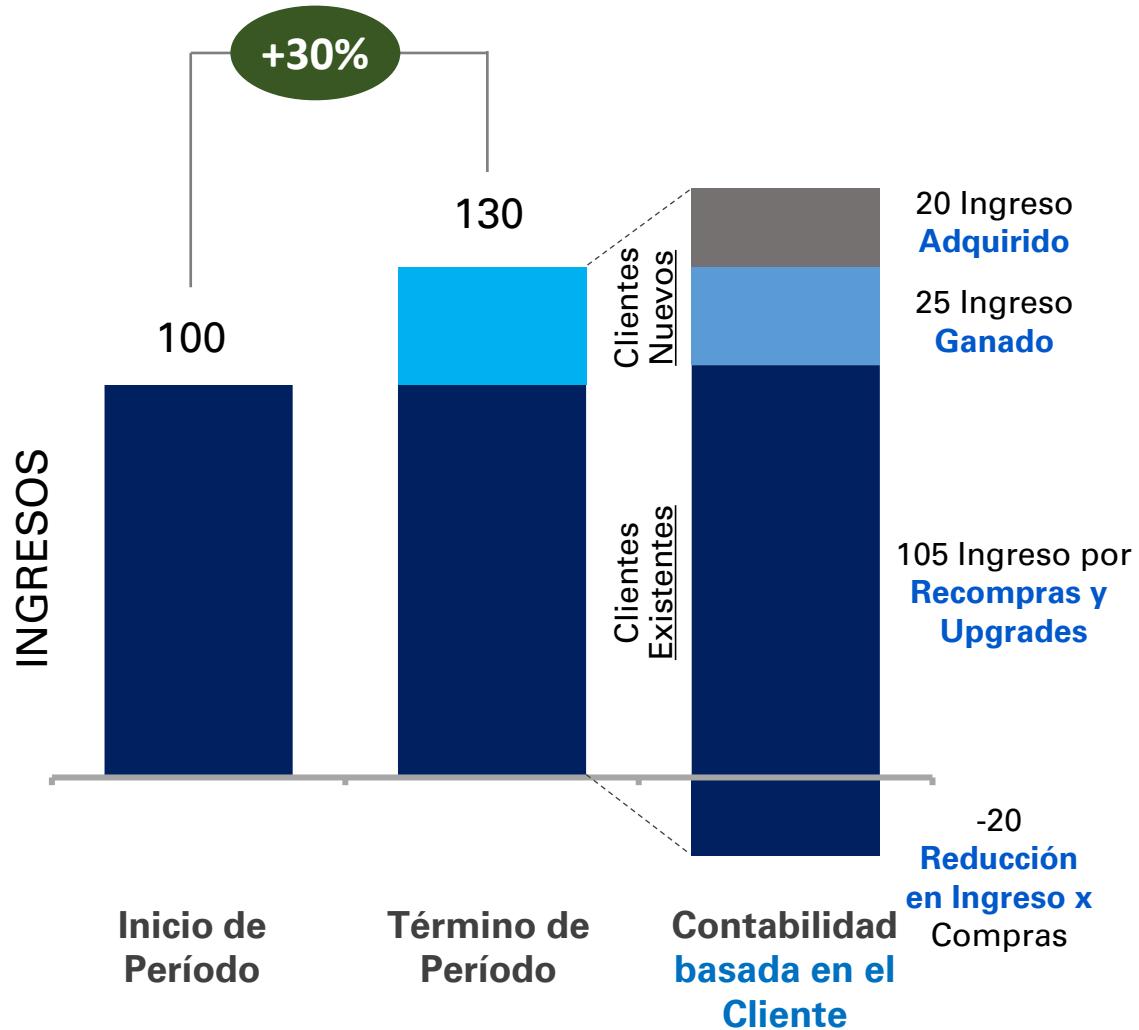
Clientes existentes que  
cambiaron su nivel de consumo  
(aumentó o disminuyó).  
**Fue provocado por Lealtad (CX)**

Clientes existentes que  
cambiaron, disminuyeron o  
cancelaron su nivel de consumo  
**Fue provocado por CX**

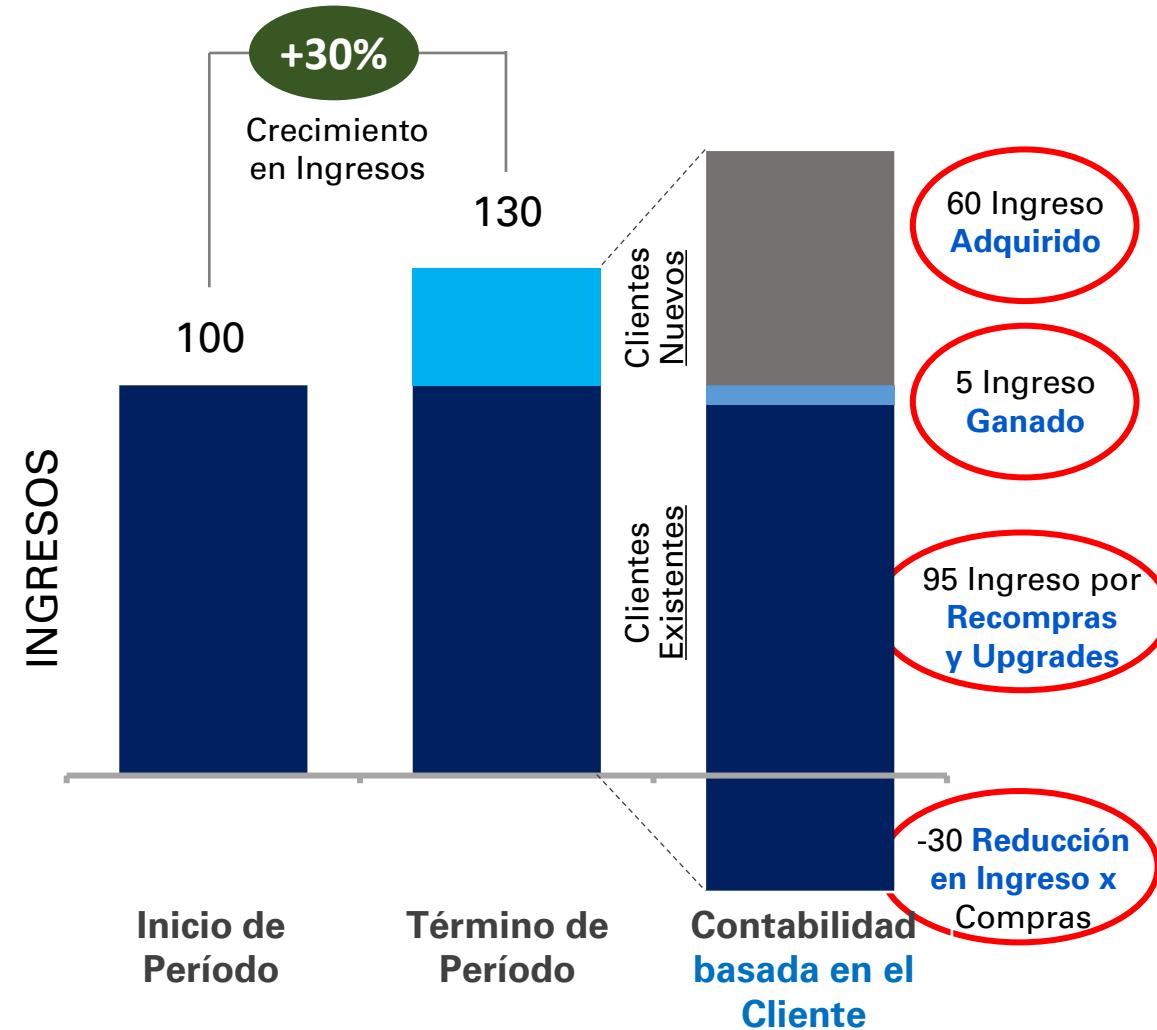
# Contabilidad basada en el Cliente

Earned Growth Rate: Reichheld, Fred (2021) Winning on Purpose, Boston, MA: Harvard Business Review Press

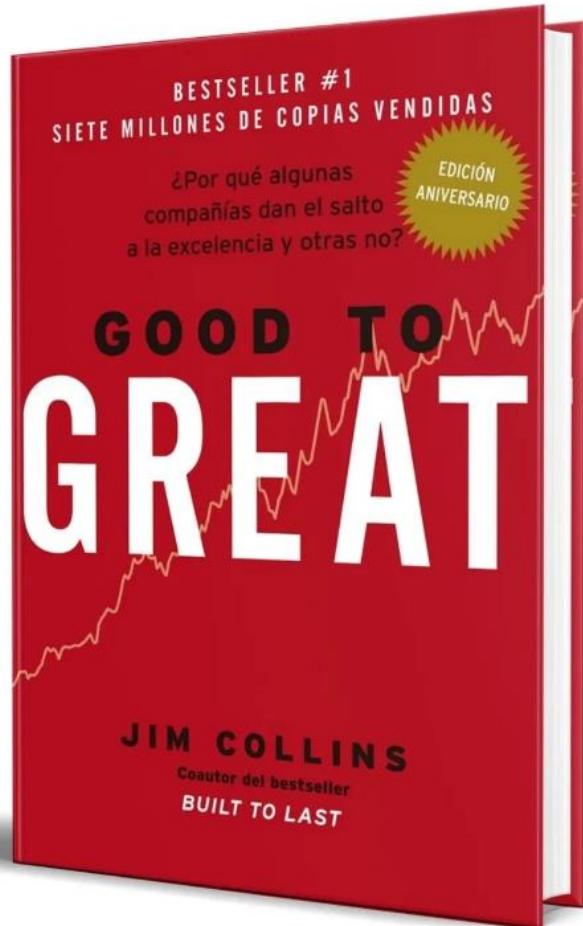
Compañía A: **Tasa de Crecimiento Ganado: 10%**



Compañía B: **Tasa de Crecimiento Ganado: -30%**



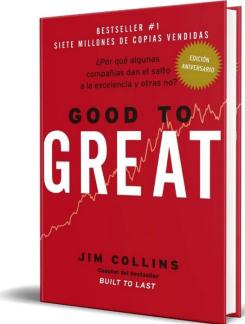
# Jim Collins: “Good to Great” 2001



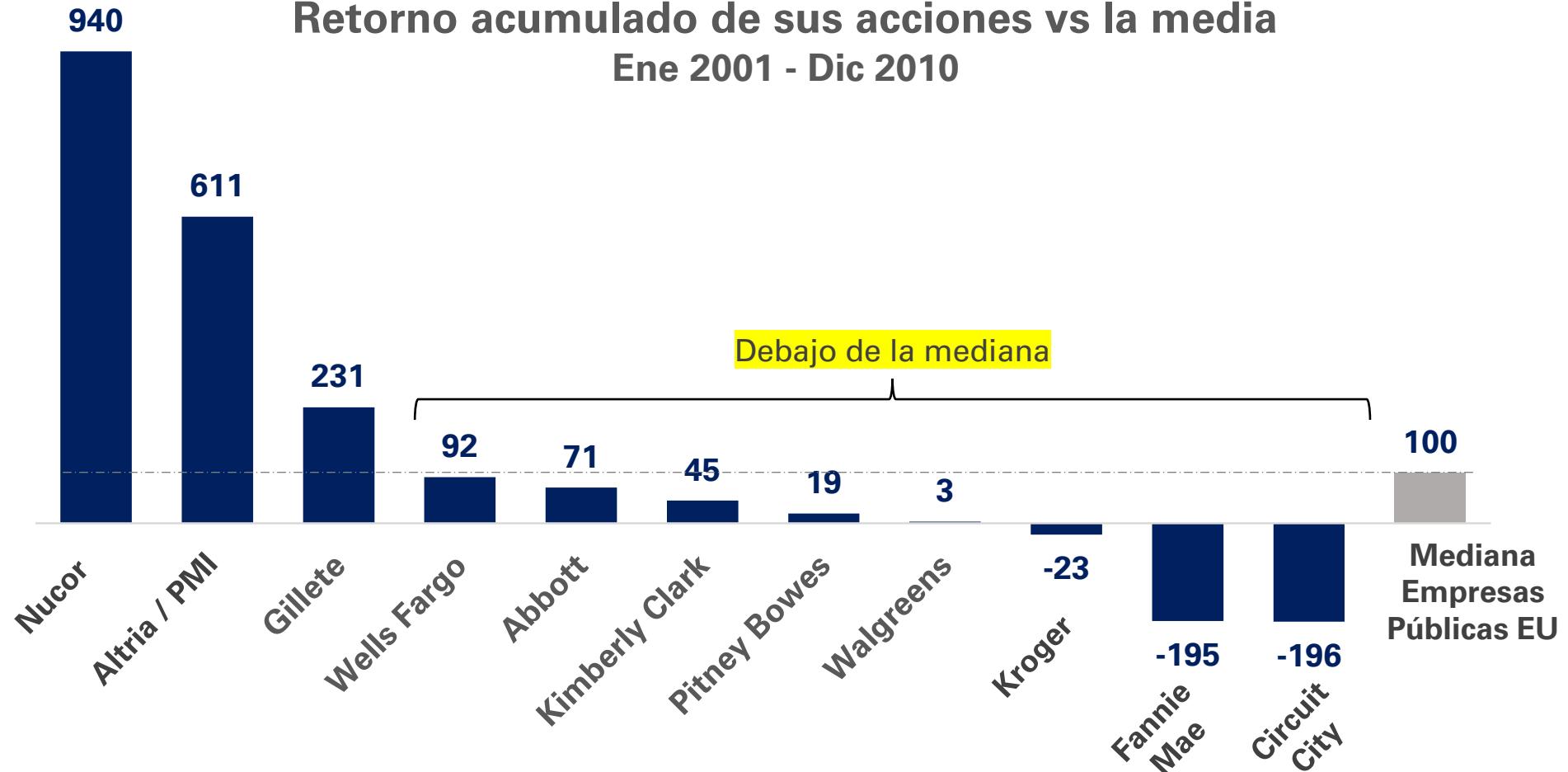
- Empresas superiores x3 el promedio
- Visión unificada, en que pueden ser los mejores y en qué No
- Invertir en productos que les apasionen amen y generan dinero
- Subir, bajar y colocar correctamente el talento
- Líderes Nivel 5 (Con humildad y Resolutivos)

# 8 de 11 de las empresas “Good to Great” quedan abajo

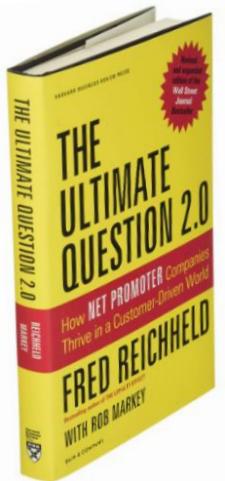
Redefining Greatness: Reichheld, Fred (2021) Winning on Purpose, Boston, MA: Harvard Business Review Press



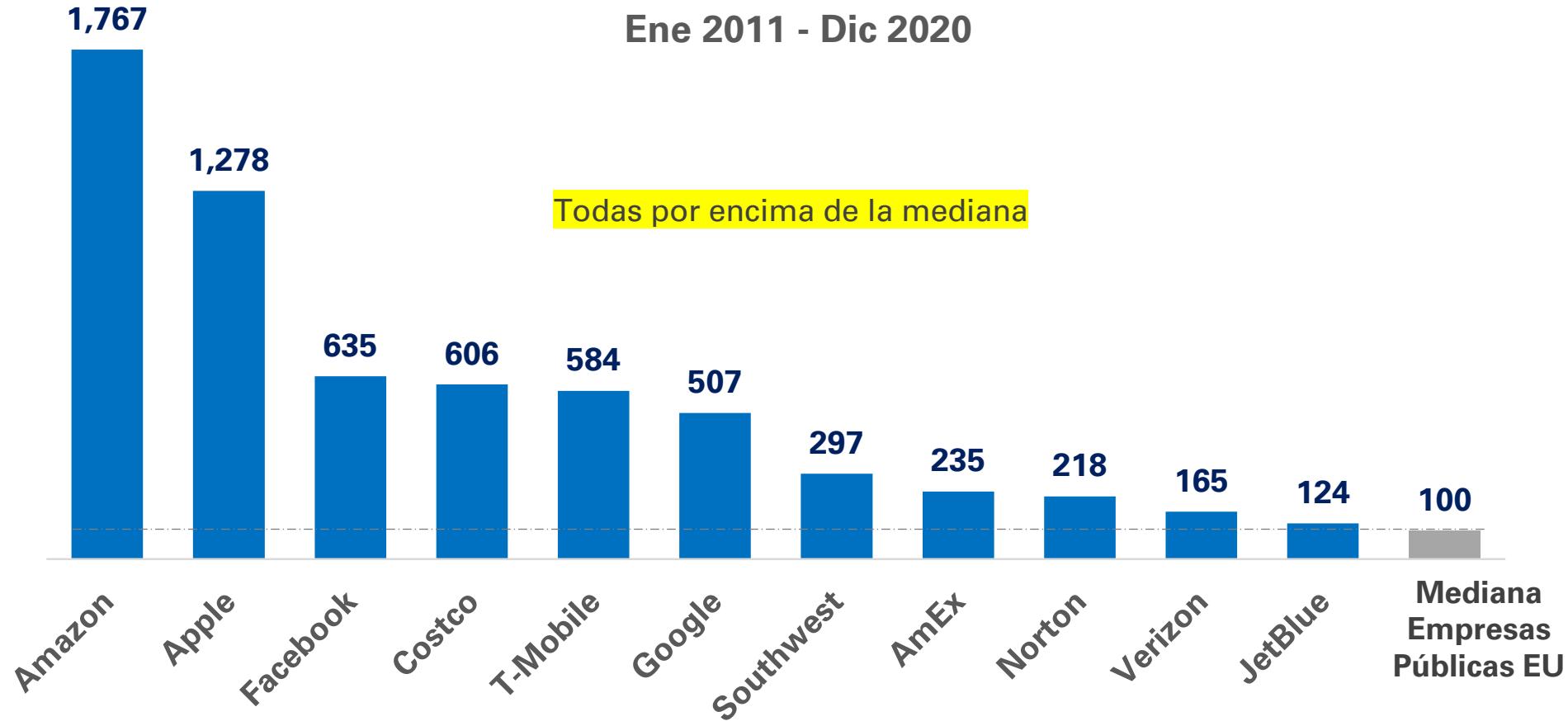
Retorno acumulado de sus acciones vs la media  
Ene 2001 - Dic 2010



# Todas las top en Experiencia del Cliente sobrepasan la mediana (Líderes NPS)



Retorno acumulado de sus acciones vs la media  
Ene 2011 - Dic 2020



# ¿Quiénes realmente han ganado con Customer Experience?

## Algunos ejemplos en México





**NO PODEMOS  
QUEDARNOS  
PASIVOS**

NO PODEMOS  
QUEDARNOS  
PASIVOS



CUPRUM

# 2017 – Inicio del enfoque



**Arnulfo Múzquiz**  
CEO Cuprum



*“...no podemos “quedarnos pasivos”, debemos escuchar a nuestros Clientes..”*

*“Cada cliente mal atendido o insatisfecho, es una oportunidad que le damos a nuestros competidores para ganarlo”*

*“Debemos Centrarnos en el Cliente”*

**Primera reunión de alineación**

# Programa con personalidad – Inicio del cambio de Cultura



# GANADORES

 Primer y Segundo Tetra 2022

CLIENTE  
CÉNTRICO



**Israel Romero Leon** · 1st  
Gerente Experiencia al Cliente en GRUPO CUPRUM  
Tlalnepantla, México, Mexico · [Contact info](#)

GRUPO CUPRUM



Instituto Politécnico Nacional



**UNA  
DESPEDIDA  
MEMORABLE**



UNA  
DESPEDIDA  
MEMORABLE



GRUPO  
**MAUSOLEOS**

# Momento WOW 2 - Recepción de instalaciones.

TODOS SOMOS "GUARDIANES DE RECUERDOS"

Gaffete para todo el personal que diga:



Hola, soy  
**OSCAR**  
**TENA PEINADO**  
GUARDIAN DE RECUERDOS

TALENTO & CULTURA

Ser Guardián de Recuerdos es quien protege, custodia y conserva los mejores momentos de la vida, con el propósito de que los recuerdos vivan por siempre.

**Pasión  
Identidad  
Innovación  
Sensibilidad  
Colaboración**



# Para ganar con Customer Experience...

- Tienen que creérselo
- Ser paciente
- Comprometerse

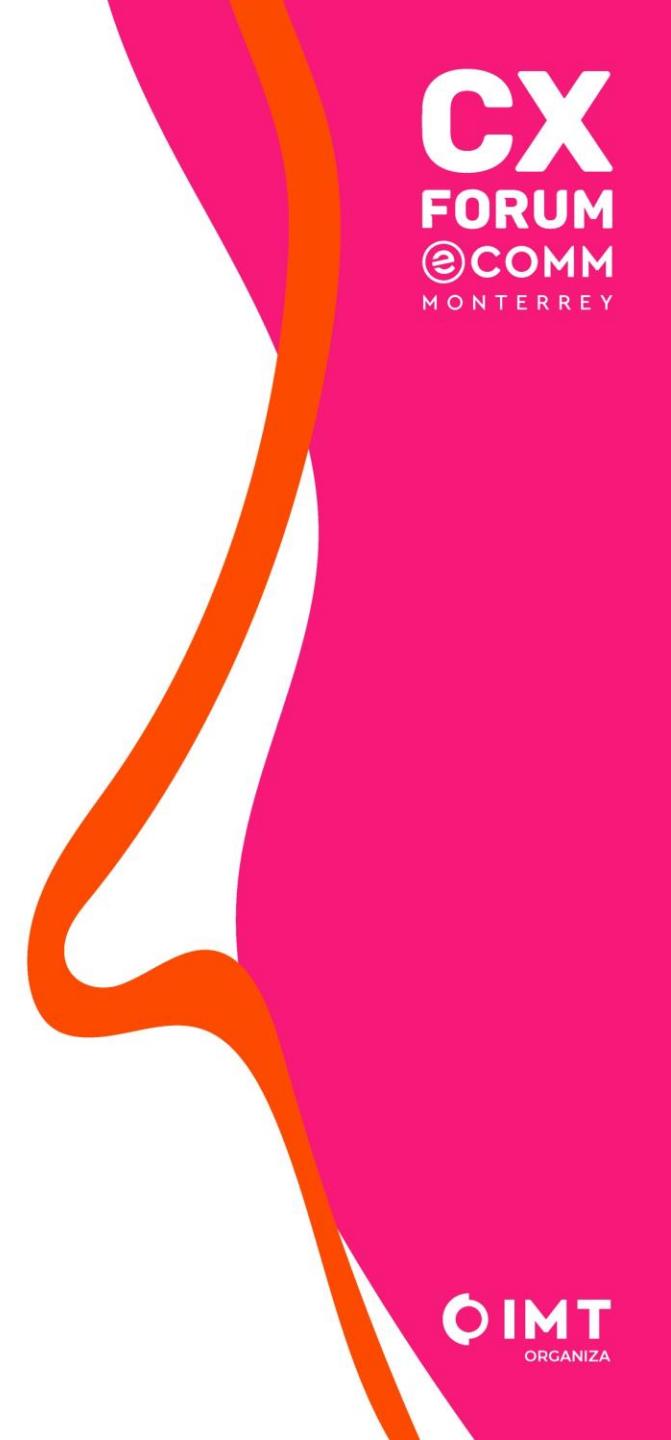


*Aprendí que la gente olvidará  
lo que dijiste, olvidará lo que  
hiciste, pero la gente nunca  
olvidará cómo los  
hiciste sentir.*

---

*Maya Angelou*

# ¡Gracias!



# Mauricio Alanís Calderón

Mi Cel: **8114 13 3948**

[malanis@grupoaga.com.mx](mailto:malanis@grupoaga.com.mx)

