

Objetivo

Optimizar las experiencias del cliente con la organización, de manera de potenciar la rentabilidad a través de la fidelización y un "boca a boca" positivo.

Modelo Conceptual



Toma de contacto

Permite optimizar aspectos comunicacionales de la marca de acuerdo a su posicionamiento objetivo.



Procesos

Permite optimizar los procesos de manera de asegurar una experiencia gratificante en cada punto de contacto.



Mantenimiento

Facilita la fidelización a través de un vínculo más estrecho, promoviendo a la vez un boca a boca positivo.

MÓDULOS

1 Confección mapa



2 Optimización



3 Monitoreo



Beneficios

- Conocer percepciones en puntos clave
- Optimizar procesos
- Alinear al equipo hacia una gestión eficaz
- Promover retorno y recomendación