



**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

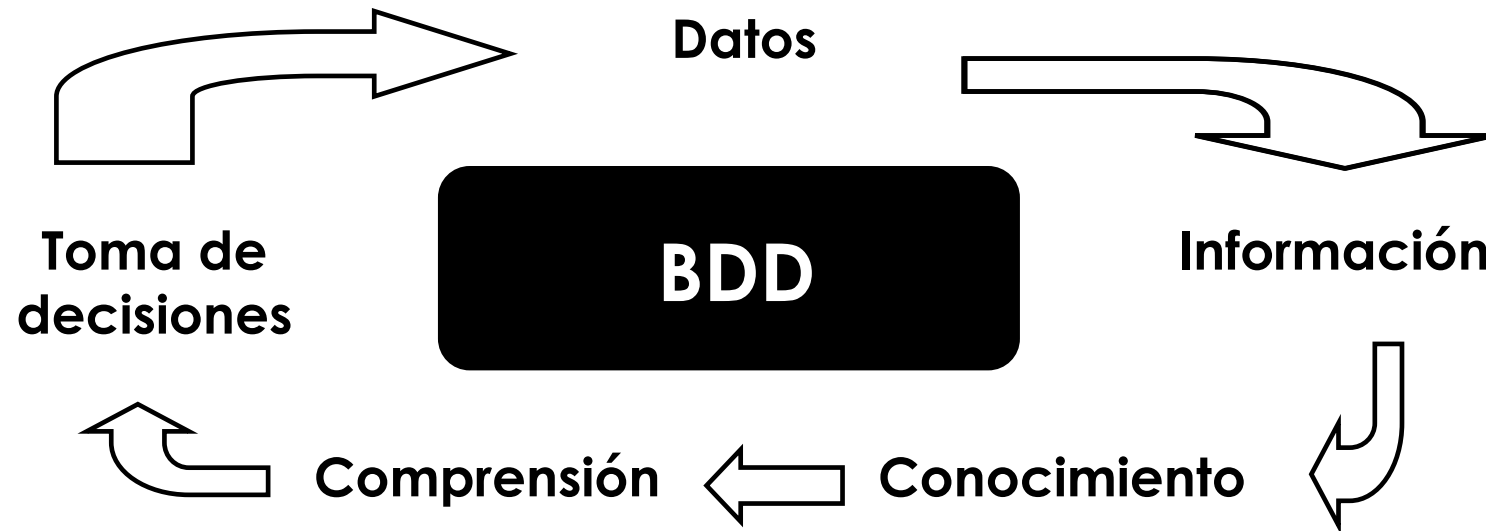
# Que decisiones?

# 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...**

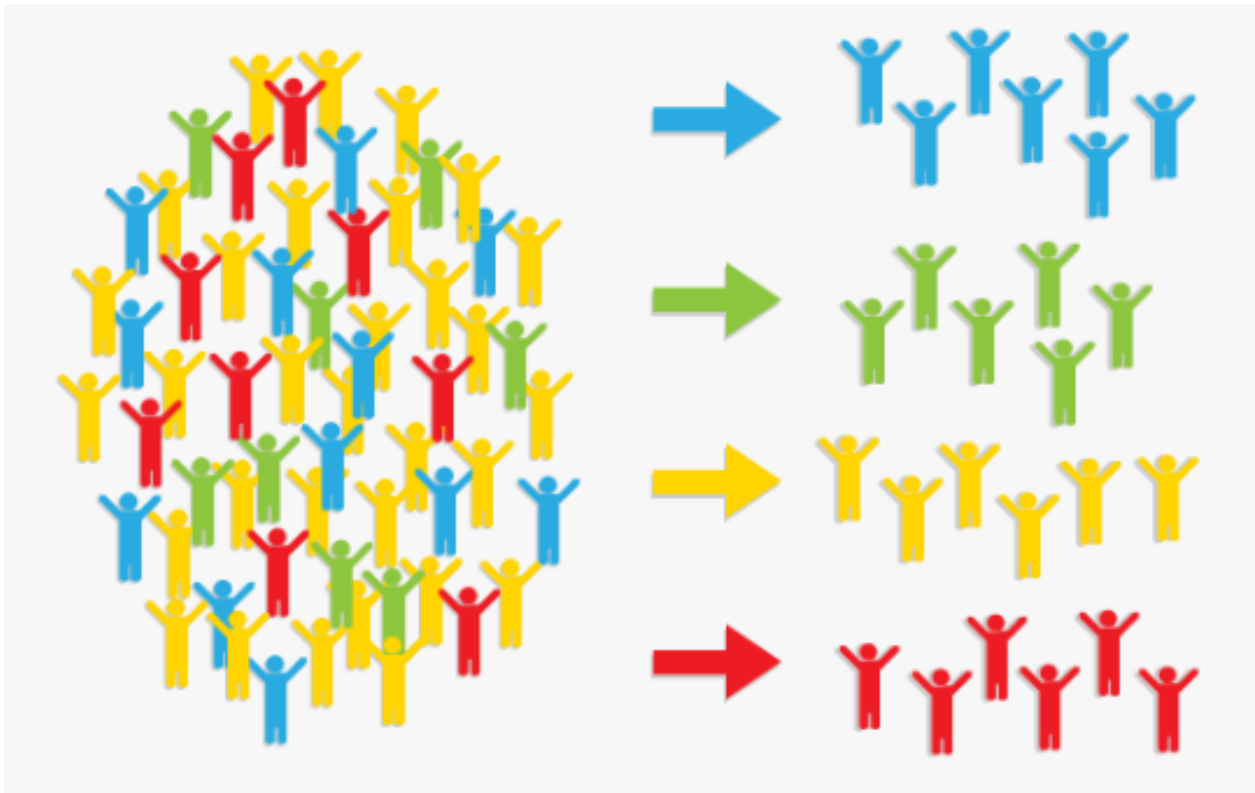


**Cientes Activos**

**Cientes Inactivos**

**Cientes Fugados**

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



**200.000 = 50.000**

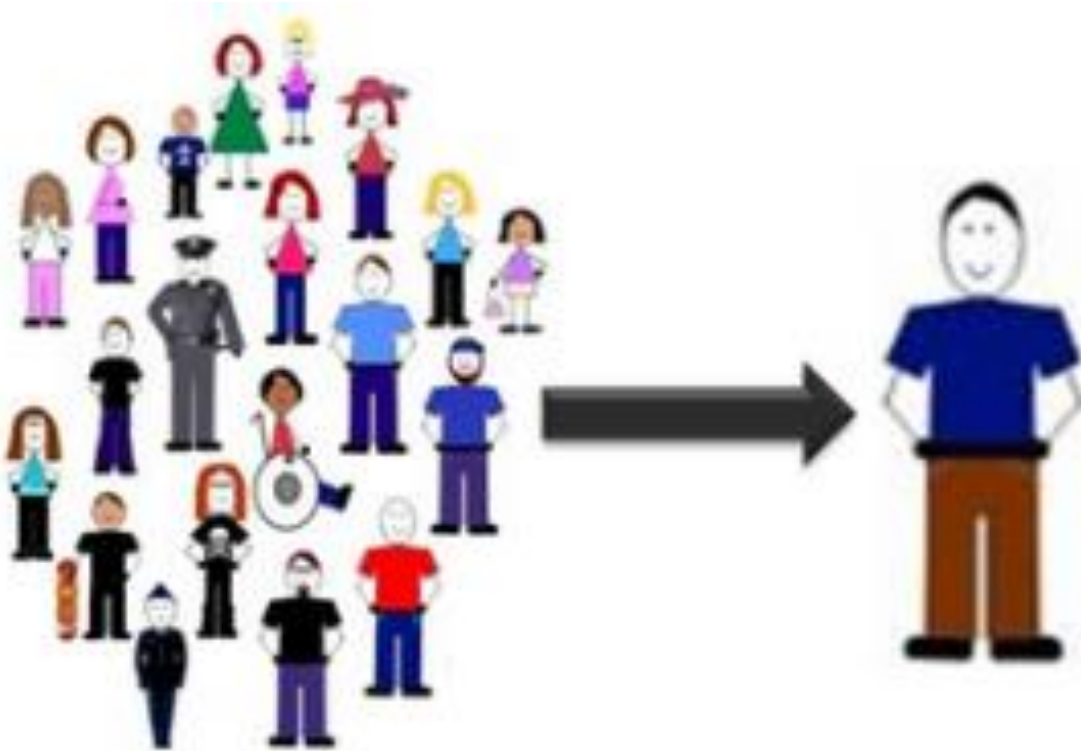
**Segmentar**

# 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

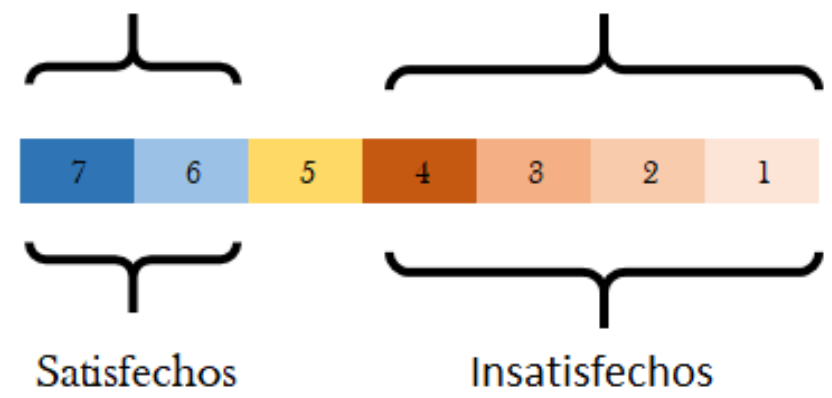


**C**ustomer  
**L**ifetime  
**V**alue

**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**

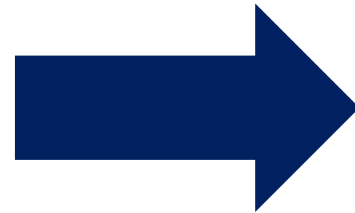
**Hay tres factores claves!!!**

**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**