



MODELO PARA CALCULAR EL ROI DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTES

Marzo 2023

AUTORES:

GUILLERMO ARMELINI, ANA MARÍA LAMARCA, MARISA COZAK Y ALEJANDRA NUÑEZ



MARZO 2023

Uno de los grandes desafíos en DEC Chile es ser un real aporte para sus socios y para el país en materia de experiencia de clientes. No cabe duda que las empresas, grandes o pequeñas, han hecho grandes avances en esta materia y hoy existe un convencimiento transversal de que gestionar la experiencia del cliente es una real fuente de negocios dados los impactos positivos que una buena experiencia puede generar en el cliente y sus cercanos.

No obstante anterior, son los mismos socios quienes nos declararon que ese convencimiento corporativo, si bien es genuino, aún dista mucho de estar respaldado por un análisis consistente y permanente en los balances o cuentas de resultados. No por falta de empeño o voluntad, sino muchas veces por un desconocimiento sobre el método a seguir.

¿Y por qué podría llegar a ser un gran tema en el mundo de experiencia? ¿por qué la obsesión de querer medir el impacto económico de una mejor experiencia? Simplemente porque es el lenguaje de las organizaciones. Lo que les permite subsistir y crecer. Cuando se abordan proyectos de experiencia los responsables financieros quieren saber cuál va a ser el retorno de la inversión, para poder aprobarlos: no siempre tenemos la justificación económica para ello.

Desde esa misma declaración sincera, surge este estudio.

Y los primeros hallazgos confirmaron esa opinión: observamos que dentro de los resultados obtenidos: un 20% de las empresas entrevistadas mide el ROI en CX a nivel de proyectos, sólo un 3% lo mide de manera general, y un 77% no lo mide. Sin duda que la tarea no es simple dado que la percepción y la experiencia de un cliente es un fenómeno complejo y multivariable. Pero este año DEC Chile quiso tomar el desafío de cómo medir el ROI de la experiencia. Develar si hay empresas más avanzadas en este camino o quizás ir descubriendo juntos nuevas maneras de resolverlo.

Y qué mejor partner para abordar este gran desafío que ESE Business School, quienes no dudaron en sumarse al proyecto y explorar juntos una medición cualitativa para levantar un diagnóstico de la medición del ROI en CX en las empresas en Chile, para posteriormente construir una aproximación a un "modelo" que permita cuantificar este indicador.



INFORME ESTUDIO

MODELO PARA CALCULAR EL ROI DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTES



MARZO 2023

Quisimos ser ambiciosos: lograr aportar con un diseño matemático que permita cuantificar el esfuerzo económico en los diferentes proyectos del área, y acercarlos a una mirada financiera.

Al presentar los resultados de este trabajo puedo decir con satisfacción que la aproximación a ese desafío fue notable. Sabemos que por el simple hecho de poner en común distintas prácticas y llegar a un primer diseño que permita a las empresas poder aplicarlo seleccionando las variables que sean de su interés, constituye un gran avance hacia el objetivo final.

Pero sabemos que la meta aún no está alcanzada y nos queda mucho camino aún por recorrer. Si logramos generar la inquietud y ayudar a nuestros socios a hacerse las preguntas correctas, nos damos por satisfechos. Ellos serán los responsables de encontrar las respuestas que más les sirvan.

Rodrigo Díaz Valenzuela

Gerente Experiencia Clientes Santander / Presidente Asociación DEC