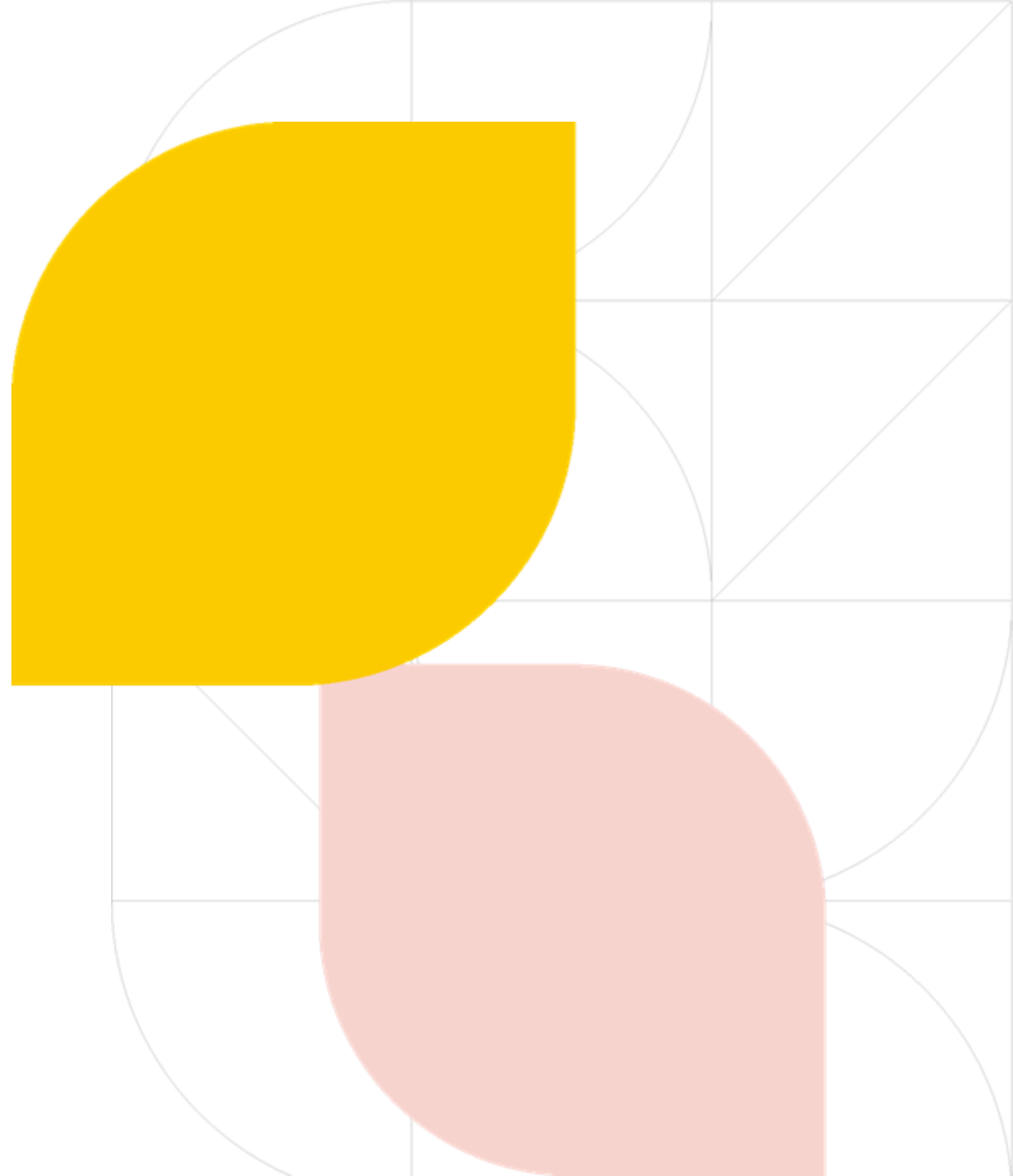


Experience Management

XM Evolution



izo + **DEC**



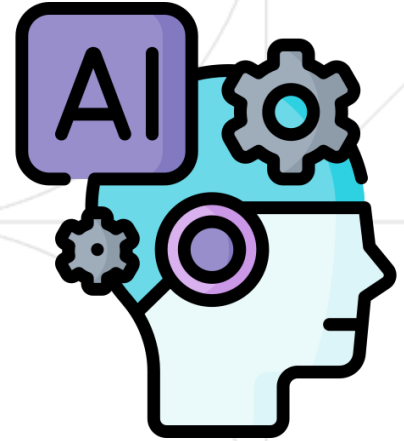
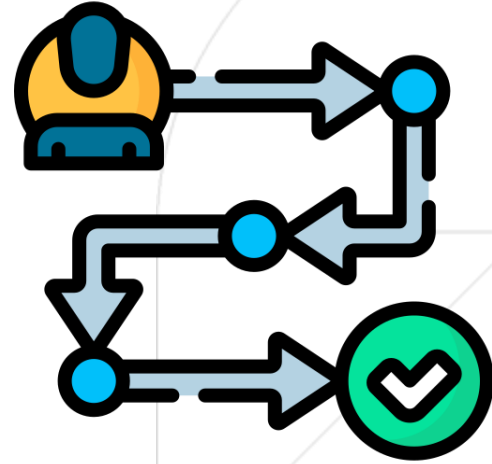
Experiencias que transforman empresas y personas

Gestionamos la relación con tus clientes y empleados para impactar en su felicidad y en tus resultados



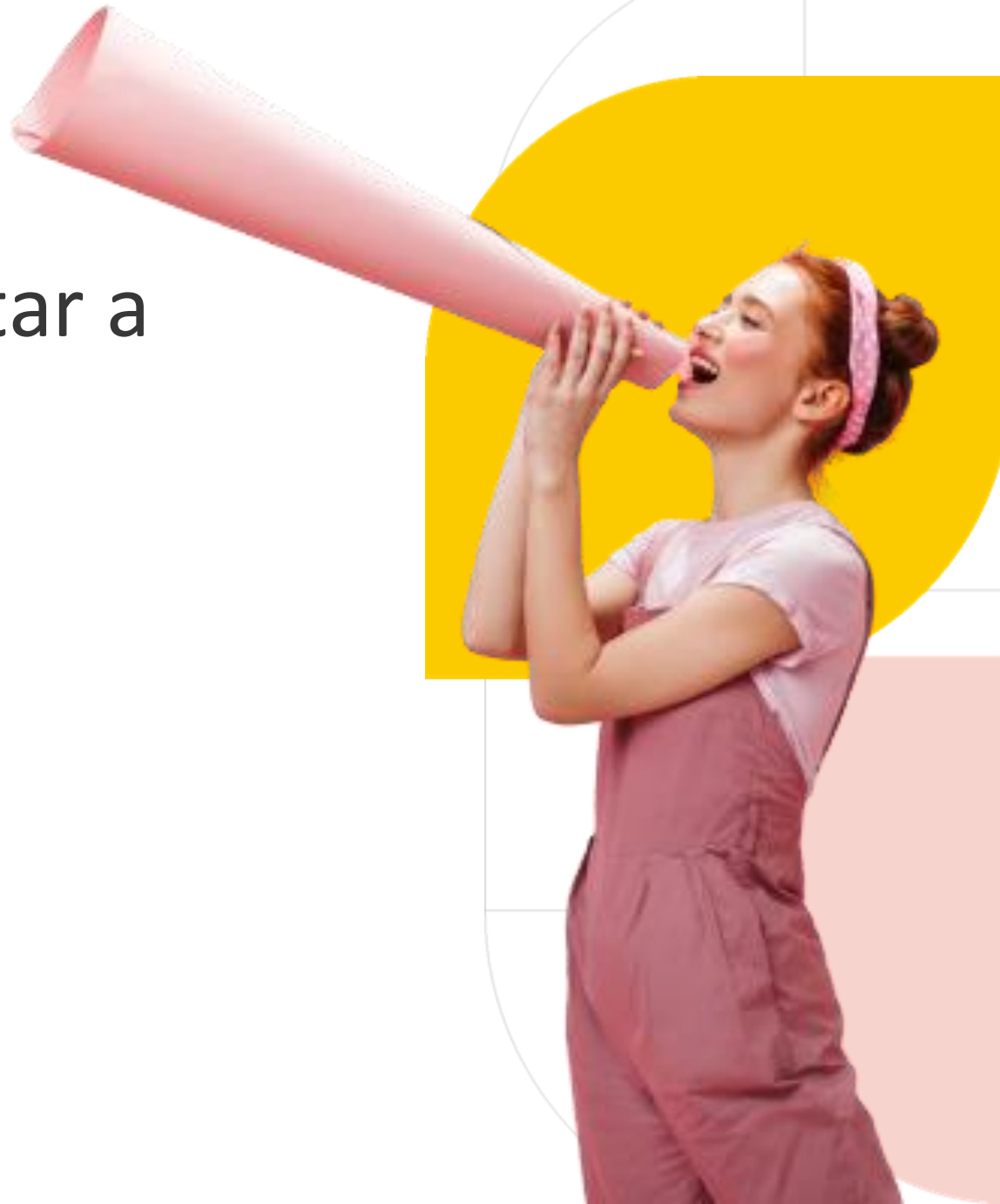
Retos y Tendencias

¿Cuáles son los retos y temas de interés de los líderes de XM?



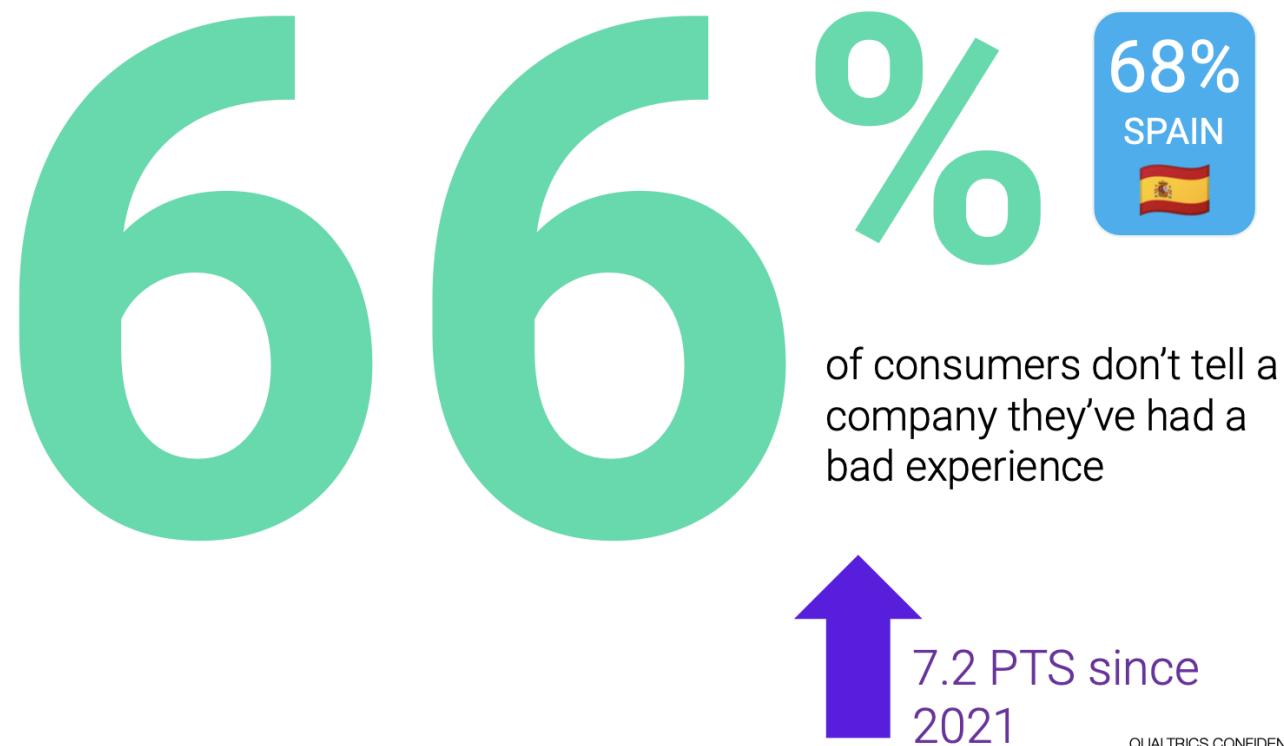
Idea #1

Pasar de preguntar a
escuchar



SOLO UN 34% DE LOS
CLIENTES QUE
TIENEN UN
INCIDENTE CON UNA
MARCA CONSIDERAN
DECÍRSELO A LA
COMPAÑÍA

Consumers are providing less feedback
after poor experiences



¿Cuántas Encuestas Haces?

¿Cuántos Clientes Tienes?

NPS Customer Share

$$\frac{\begin{array}{c} \text{¿Cuántas encuestas} \\ \text{haces al año?} \end{array}}{\begin{array}{c} \text{¿Cuántos clientes} \\ \text{tienes?} \end{array}} \times 100 = \% \text{ Cobertura del NPS}$$



La evolución de la voz de cliente

Hemos pasado de **Medir** a **Preguntar**... Ahora, debemos añadir las señales basadas en comportamiento a lo largo de todos los canales y sin necesitar solicitar feedback para **Escuchar** qué sucede en la Experiencia.

Medir

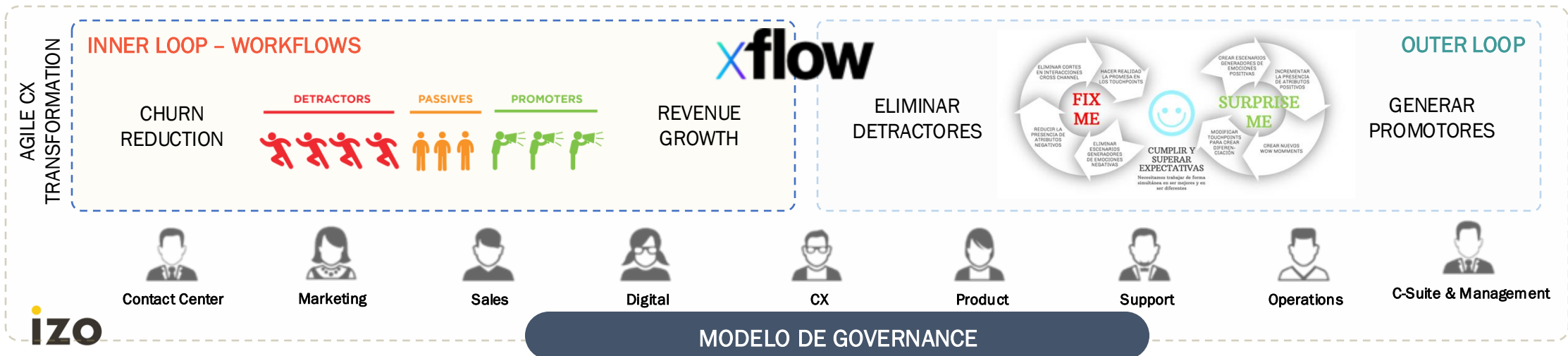
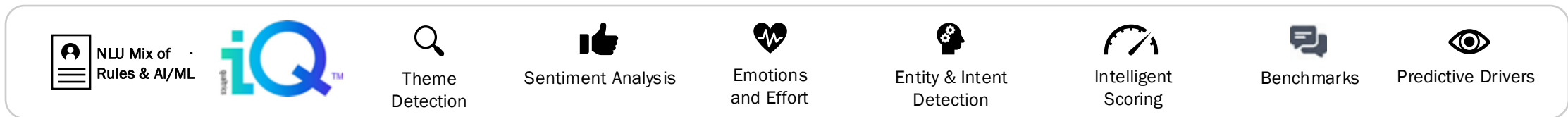
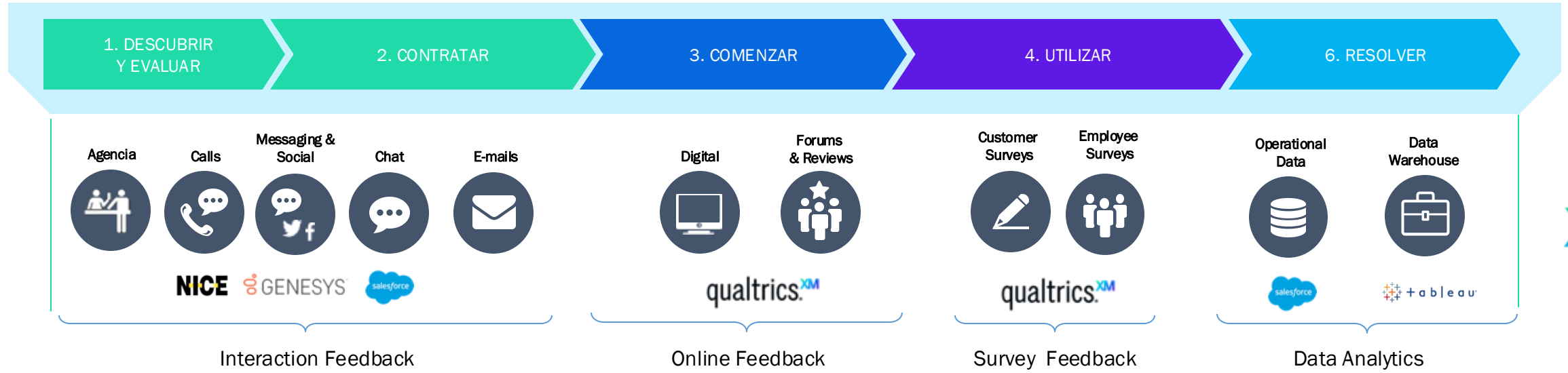
- Research
- Muestras significativas
- Focos temáticos

Preguntar

- Feedback solicitado en los momentos de la verdad
- VoC: Relacional, transaccional y benchmark
- VoE: Engagement, assessment, ad-hoc, pulso, ciclo de vida, always on
- Accionar el feedback

Escuchar

- Captura de señales basadas en comportamientos: Qué se dice, qué se hace
- Capturar señales del 100% de los clientes
- Contextualizar la escucha entendiendo qué ha sucedido para llegar a un resultado (NPS)
- Extender la escucha del feedback solicitado al feedback no solicitado: En cualquier momento en cualquier lugar



KPIs & On-Going Management

Role Based Dashboards

Experience Economics

Compensación vinculada a la experiencia



Idea #2

Inteligencia artificial
aplicada a la gestión
de experiencias

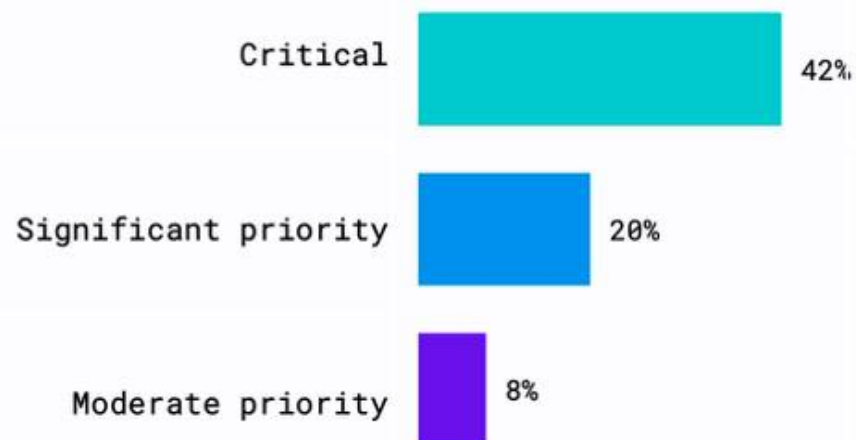


Expected Industry Changes due to AI

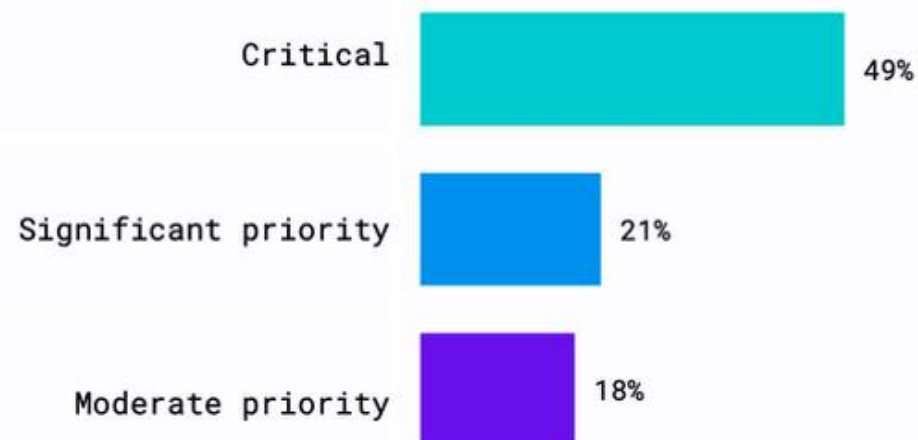
To what degree do you believe AI will change the way your organization approaches the following experiences over the next 3 years?



By Priority Placed on CX Improvement
(expecting CX to “completely change” due to AI)



By Priority Placed on EX Improvement
(expecting EX to “completely change” due to AI)



Framework de Aplicación de la IA a la experiencia de cliente

1. Inteligencia de Clientes

La inteligencia artificial permite a las organizaciones transformar datos desconectados en información en tiempo real mediante la captura y el análisis continuo de señales de los clientes.

2. Diseño y entrega de experiencias

La inteligencia artificial permite a las organizaciones transformar interacciones estandarizadas en experiencias específicas según el contexto, que anticipan y se adaptan a las necesidades del cliente.

3. Eficiencia Operativa

La inteligencia artificial permite a las organizaciones transformar la ejecución manual en operaciones eficientes que mejoran de forma sistemática tanto los procesos como el rendimiento de los empleados.

1. Inteligencia de Clientes

1.1 Escuchar

Capturar continuamente señales del cliente

Mientras que los enfoques tradicionales de escucha del cliente se basan principalmente en encuestas reactivas y periódicas, la inteligencia artificial permite detectar rápidamente problemas y oportunidades mediante la **captura continua de señales en todos los puntos de contacto**.

Esta capacidad ayuda a las organizaciones a anticiparse a las necesidades cambiantes de los clientes y a no perder nunca comentarios clave que puedan impactar en el negocio.

AI-POWERED CAPABILITIES

Always-on Collection

Continuously ingest relevant structured and unstructured data across channels

EXAMPLE ACTIVITIES

- + Capture data from diverse internal sources (support conversations, behavioral data) and external sources (social posts, reviews, benchmarks)
 - + Analyze customer behavioral patterns across different channels, including website, app, and customer support
 - + Connect signals across channels to create unified customer profiles
-

Adaptive Capture

Dynamically adjust data collection based on context

- + Generate contextual follow-up questions based on customer responses
- + Identify problematic or inconsistent responses through quality detection (e.g., fraud detection, survey response clarity)
- + Adjust collection methods in real-time based on customer response patterns and business needs

1. Inteligencia de Clientes

1.2 Comprender

Transformar automáticamente los datos en insights

En una era de **crecimiento exponencial de los datos**, las organizaciones deben ir más allá del análisis manual para **generar insights de forma automática**.

La inteligencia artificial permite transformar grandes volúmenes de datos de clientes en insights accionables que impulsan una toma de decisiones más rápida e inteligente en todos los niveles de la organización.

Esta capacidad ayuda a las empresas a responder con mayor agilidad a los cambios del mercado, evitar errores costosos y aprovechar oportunidades de crecimiento.

AI-POWERED CAPABILITIES

Advanced Analytics

*Automatically
surface insights and
predict outcomes from
complex data*

Dynamic Delivery

*Deliver interactive,
personalized insights to
stakeholders*

EXAMPLE ACTIVITIES

- + Extract patterns and relationships from structured and unstructured data
 - + Forecast future events and behaviors based on historical patterns
 - + Identify root causes of experience issues and satisfaction drivers
-
- + Enable natural language querying of customer data and feedback
 - + Generate role-specific dashboards with prioritized recommendations
 - + Create automated summaries and data visualizations

A high-angle, wide shot of a city street, likely in a financial district, featuring several tall, modern skyscrapers with glass facades. The sun is shining brightly from behind the buildings, creating a strong orange and yellow glow that filters through the scene. The word "fiserv." is superimposed in the center in a bold, orange, lowercase sans-serif font.

fiserv.

2. Diseño y entrega de experiencias

2.1 Actuar

Adaptarse proactivamente a las necesidades del cliente

Los **modelos tradicionales** de entrega de experiencias —**basados en respuestas reactivas y flujos de trabajo rígidos**— suelen generar fricciones que frustran a los clientes y ralentizan tareas críticas.

La inteligencia artificial permite a las organizaciones **crear experiencias inteligentes y conversacionales** que guían a los clientes hacia sus objetivos, anticipando y resolviendo posibles problemas antes de que ocurran.

Esta capacidad transforma procesos que consumen mucho tiempo en interacciones eficientes y naturales, mejorando la fidelidad del cliente y reduciendo los costes de atención.

AI-POWERED CAPABILITIES

Intelligent Assistance

Help customers achieve their goals through natural, context-aware guidance

Proactive Support

Anticipate and address potential issues before they impact customers

EXAMPLE ACTIVITIES

- + Guide customers through complex processes via conversational AI
 - + Adapt support based on real-time context and needs
 - + Automatically detect and resolve common errors during submission
-
- + Trigger preventive maintenance based on usage patterns and early warning signals
 - + Initiate protective actions and proactive communications when AI identifies emerging risks (e.g., data breach, service outage)
 - + Reach out proactively with relevant solutions and recommendations

2. Diseño y entrega de experiencias

2.2 Personalizar

Ofrecer experiencias personalizadas a escala de forma fluida

Aunque las organizaciones tienen cada vez más información detallada sobre sus clientes, muchas **siguen usando segmentaciones básicas**.

La inteligencia artificial permite **personalizar automáticamente cada comunicación y punto de contacto** según el contexto completo de cada individuo, desde su comportamiento en tiempo real hasta sus preferencias históricas y comentarios previos.

Esta capacidad impulsa los ingresos y la conversión al generar relaciones más profundas con los clientes mediante una personalización rentable a gran escala.

AI-POWERED CAPABILITIES

Tailored Communications

Create deliver personalized recommendations and communications

EXAMPLE ACTIVITIES

- + Create tailored offers and bundle configurations
 - + Adapt message content, timing, and channel to individual preferences
 - + Select optimal communication style and frequency based on customer context
-

Customized Interactions

Automatically adjust interfaces and content to each customer

- + Customize digital interfaces based on individual preferences
- + Adjust content presentation (imagery, tone, descriptions) to resonate with different audiences
- + Personalize journey flows based on customer context and behavior

QUALTRICS Experience Agents



Todd Christopherson

USA, Philadelphia Pennsylvania

Phone number	(555) 374-6682
Email	christopherson@gmail.com
LTV	High
Member Since	2013



PRIORITY OUTREACH

A technician visit has
been scheduled

3. Eficiencia Operacional

3.1 Optimizar

Mejorar sistemáticamente la eficiencia operativa

La mayoría de las operaciones actuales siguen dependiendo de **sistemas rígidos** que no se adaptan fácilmente a cambios en el negocio o en las demandas de los clientes.

La inteligencia artificial **transforma la ejecución manual en operaciones inteligentes** que aprenden y mejoran de forma continua.

Esta capacidad ayuda a las empresas a reducir costes y mantener la consistencia a medida que crecen.

AI-POWERED CAPABILITIES

Resource Orchestration

Dynamically allocate resources to maximize operational efficiency

EXAMPLE ACTIVITIES

- + Forecast staffing needs across channels based on predicted demand
- + Adjust pricing and resource deployment based on market conditions
- + Dynamically manage equipment, inventory, and facilities

Process Automation

Transform manual processes into automated, quality-assured systems

- + Automate routine tasks (e.g., closed-loop responses, scheduling, data entry) while ensuring compliance
- + Coordinate complex workflows across systems
- + Ensure quality and brand standards automatically

3. Eficiencia Operacional

3.2 Asistir

Mejorar activamente el rendimiento de los empleados

Para ofrecer experiencias excepcionales de forma constante, los empleados necesitan más que información: **requieren apoyo inteligente y recomendaciones adaptadas** a la dinámica cambiante de las interacciones con los clientes.

La inteligencia artificial permite a las organizaciones **empoderar a su equipo**, proporcionándoles las herramientas e insights necesarios para destacar en su trabajo y ofrecer experiencias superiores.

Esta capacidad mejora simultáneamente la experiencia del cliente y del empleado, impulsando la productividad y la eficiencia operativa.

AI-POWERED CAPABILITIES

Decision Support

Guide employees through complex decisions and interactions in real-time

Productivity Enhancement

Accelerate routine tasks through AI-powered automation and guidance

EXAMPLE ACTIVITIES

- + Provide AI-powered recommendations for next-best actions
 - + Surface relevant knowledge and documentation in real-time
 - + Summarize complex information (e.g., customer histories) to speed decision-making
-
- + Generate initial drafts of communications and content
 - + Automate repetitive administrative tasks
 - + Deliver personalized coaching based on performance patterns

Idea #3

Inteligencia artificial
aplicada al análisis de
la calidad de tus
interacciones



¿Cuántos Monitoreos Haces?

¿Cuántas Interacciones Tienes?

La forma de analizar interacciones ha cambiado.

- De evaluar muestras limitadas **a analizar el 100%.**
- De tiempos de espera **a evaluación real time.**
- De semanas de puesta en marcha **a días.**
- De análisis limitado de patrones **a insights agregados.**
- De calibraciones por la rotación de personal **a criterios homogéneos.**
- De evaluación por skill o proceso a evaluación por agente.



Modelo de Evaluación con IA

Selecciona qué quieres analizar de un catálogo en crecimiento continuo.

- Atención
- Comunicación
- Gestión
- Sugerencias
- Experiencia

Además, con catálogos específicos por industria y tipología de servicio.

Atención	Gestión	Experiencia
Protocolo de saludo	Sondeo	Felicitación a profesionales
Protocolo de despedida	Resolución	Intención de abandono
Tratamiento adecuado	Imagen corporativa	Intención de reclamación
Personalización	Gestión de esperas	Sugerencias de producto
Lenguaje claro	Gestión de objeciones	Sugerencias de canales
Escucha activa	Información completa	Sugerencia de procesos
Empatía	Conformidad con el cierre	Fan de la marca
...

Idea #4

Arquetipos y Journeys 2.0

Evoluciona en la gestión de tus
herramientas XM



RETOS QUE TODOS ENFRENTAMOS

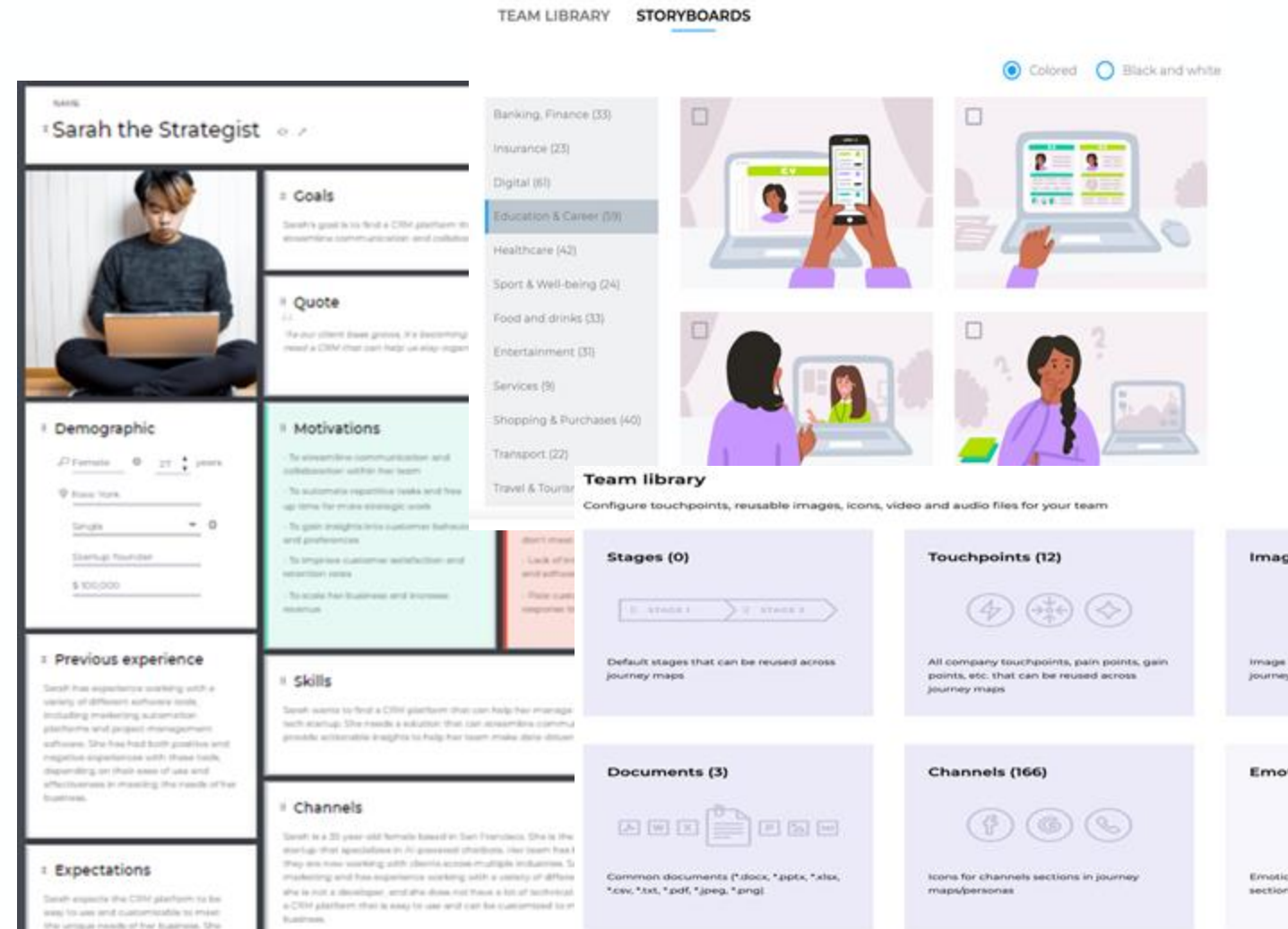
1. **Eficiencia.** Generar Arquetipos y CJ requiere un alto esfuerzo para los equipos.
2. **Conexión.** Los diferentes ejercicios de mapeo no están conectados entre sí.
3. **Colaboración.** El CJ se usa principalmente por el equipo de CX pero no permea en el resto de la organización
4. **Actualización.** Los Arquetipos y Journeys que desarrollamos **permanecen estáticos**
5. **Aplicación.** Hay una desconexión entre las iniciativas de transformación y el mapeo de la experiencia.



EFICIENCIA

HERRAMIENTAS PARA TRABAJAR DE FORMA ÁGIL EN TODA LA ORGANIZACIÓN

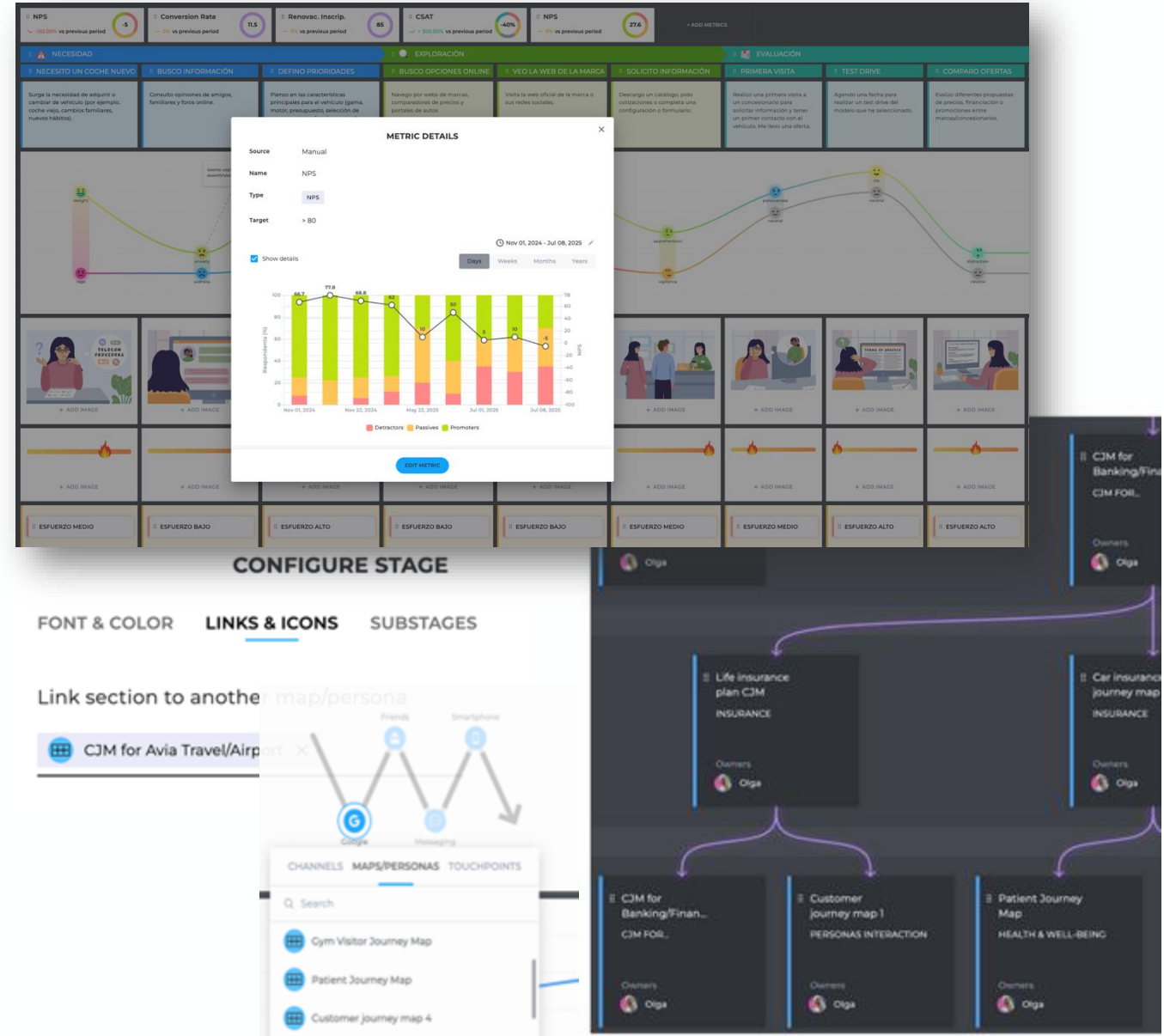
1. Los equipos de CX no tienen por qué tener conocimientos de diseño y maquetación
2. Flexibilidad para editar y modificar el diseño de forma rápida
3. Reutiliza elementos para crear Arquetipos y CJ de forma más ágil
4. Plantillas y elementos predefinidos para contar con un apoyo metodológico
5. AI para desarrollar de forma más ágil los Arquetipos y Journeys



CONEXIÓN

CONECTA LOS DIFERENTES MAPAS Y ELEMENTOS DE TU ORGANIZACIÓN

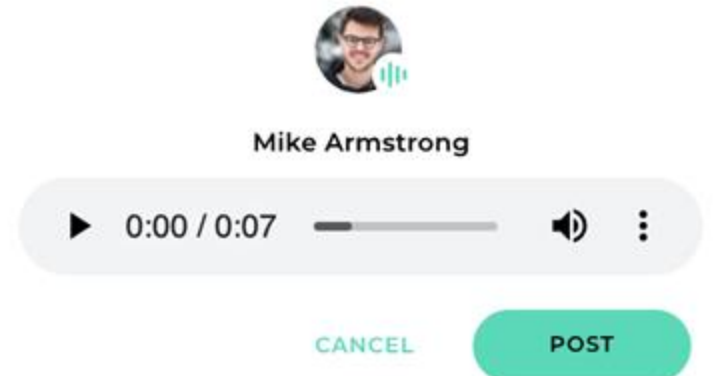
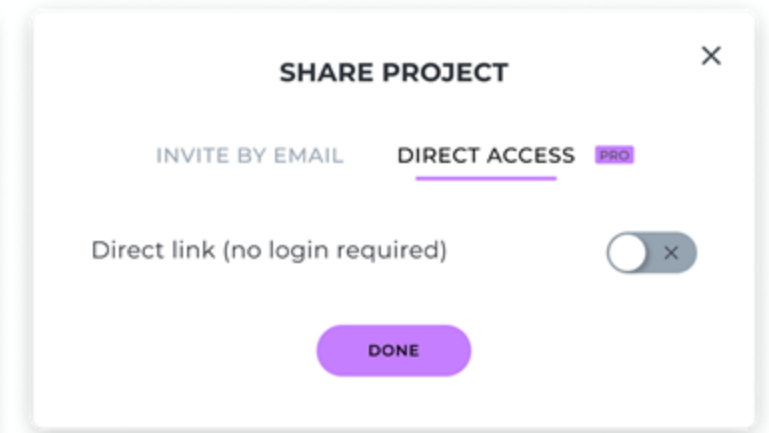
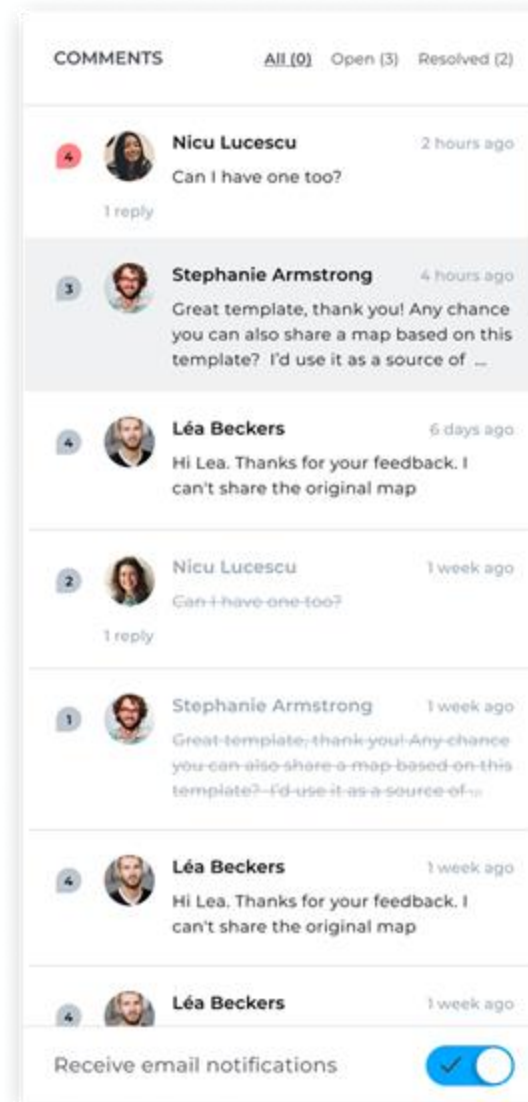
1. A medida que más equipos realizan mapeos, es necesario establecer jerarquías y conexión entre los diferentes documentos.
2. Genera un sistema conectado de herramientas de comprensión de los clientes en la organización.
3. Enlaza la información dentro de los Journeys con otros documentos a través de Links o de un bloque de Procesos & Canales dentro de tu Journey.
4. Integración información de otras fuentes (Qualtrics, Google Analytics, Jira, etc...) para incorporar datos en tiempo real a tus instrumentos.



COLABORACIÓN

CREA UN CULTURA DE TRABAJO COLABORATIVO CENTRADA EN EL CLIENTE

1. El verdadero reto para las organizaciones es mantener vivos los instrumentos y lograr la adopción por parte de los equipos.
2. Puedes compartir los Arquetipos y Journeys con otras personas y equipos.
3. Estos equipos pueden trabajar con las herramientas creando:
 - a) Comentarios y asignado acciones
 - b) Mensajes con notas de voz
 - c) Actualizando información (si tienen permisos para editar)
 - d) Creando sus vistas personalizadas



TRANSFORMACIÓN

IDENTIFICA OPORTUNIDADES, RETOS, PROBLEMAS

1. El objetivo de estas herramientas es generar insights y poder accionarlos, sin embargo, los modelos tradicionales no permiten vincular estas iniciativas y que sean visibles para toda la organización.
2. Con UXPressia, puedes vincular diferentes elementos orientados a la acción:
 - a) Ideas
 - b) Oportunidades
 - c) Problemas
 - d) Hipótesis
 - e) Tareas

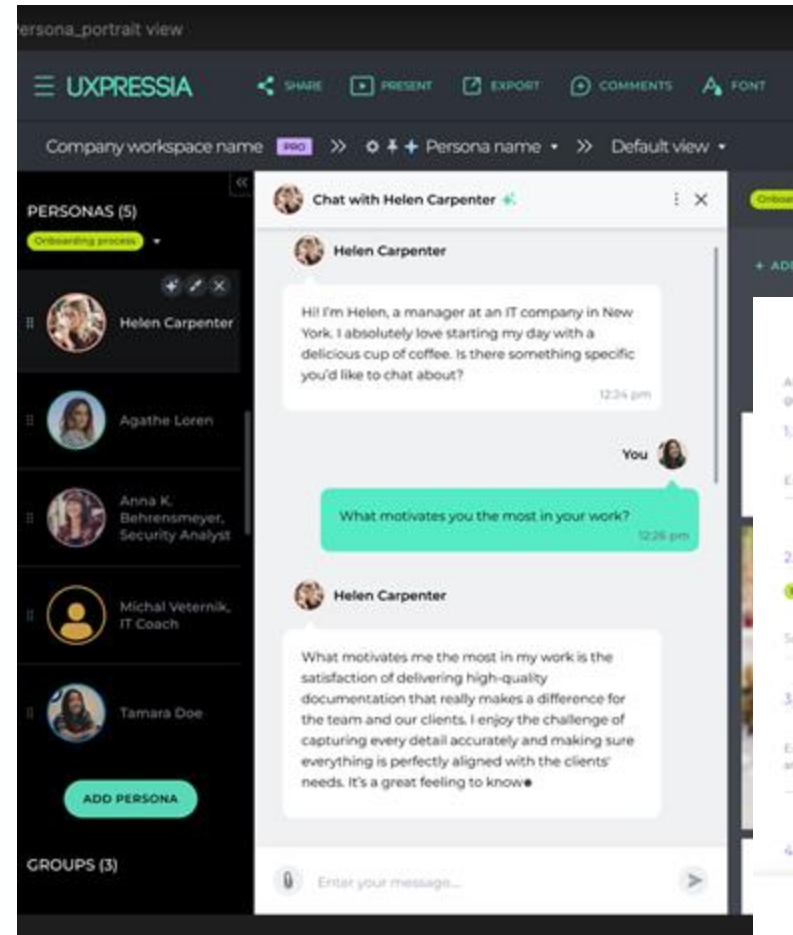
The image shows a configuration panel for a tool. It has four sections: 'Status' with a dropdown menu set to 'IN PROGRESS' (highlighted in blue); 'Priority' with a dropdown menu set to 'Medium' (highlighted in orange); 'Owners' with a dropdown menu showing a profile icon and the name 'Olga'; and 'Estimate' with a horizontal slider bar ranging from 'S' to 'XL', with a white knob currently positioned at 'M'.

Project B	B2C	High	APPROVED	S
Project C	Project B	High	IN PROGRESS	S
Project B	Project A	—	OPEN	S

INNOVACIÓN

APLICANDO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL A LA GESTIÓN DE EXPERIENCIAS

1. Las herramientas de Inteligencia Artificial nos permiten desarrollar las herramientas de experiencia de forma más ágil.
2. UXPressia te permite:
 - a) Generador de Personas con AI
 - b) Creación de CJM con AI
 - c) Chatea con tu arquetipo usando AI



GENERATE PERSONA USING AI

Starting from a blank page can be hard. Although a good Persona always should be backed-up with research data and every company is unique, AI can help you get started or improve what you already have.

What would you like AI to do?

[SUGGEST A NEW PERSONA](#) [IMPROVE THIS PERSONA](#)

What would you like to improve?

[Enrich with more details](#) [Make it more industry-specific](#)
[Make it more realistic](#) [Make it region specific](#)

What sections to update?

☒ Skills ☒ Quote

GENERATE CJM USING AI

AI can create a draft customer journey map based on your answers. The quality of the generated map will depend on the details you provide.

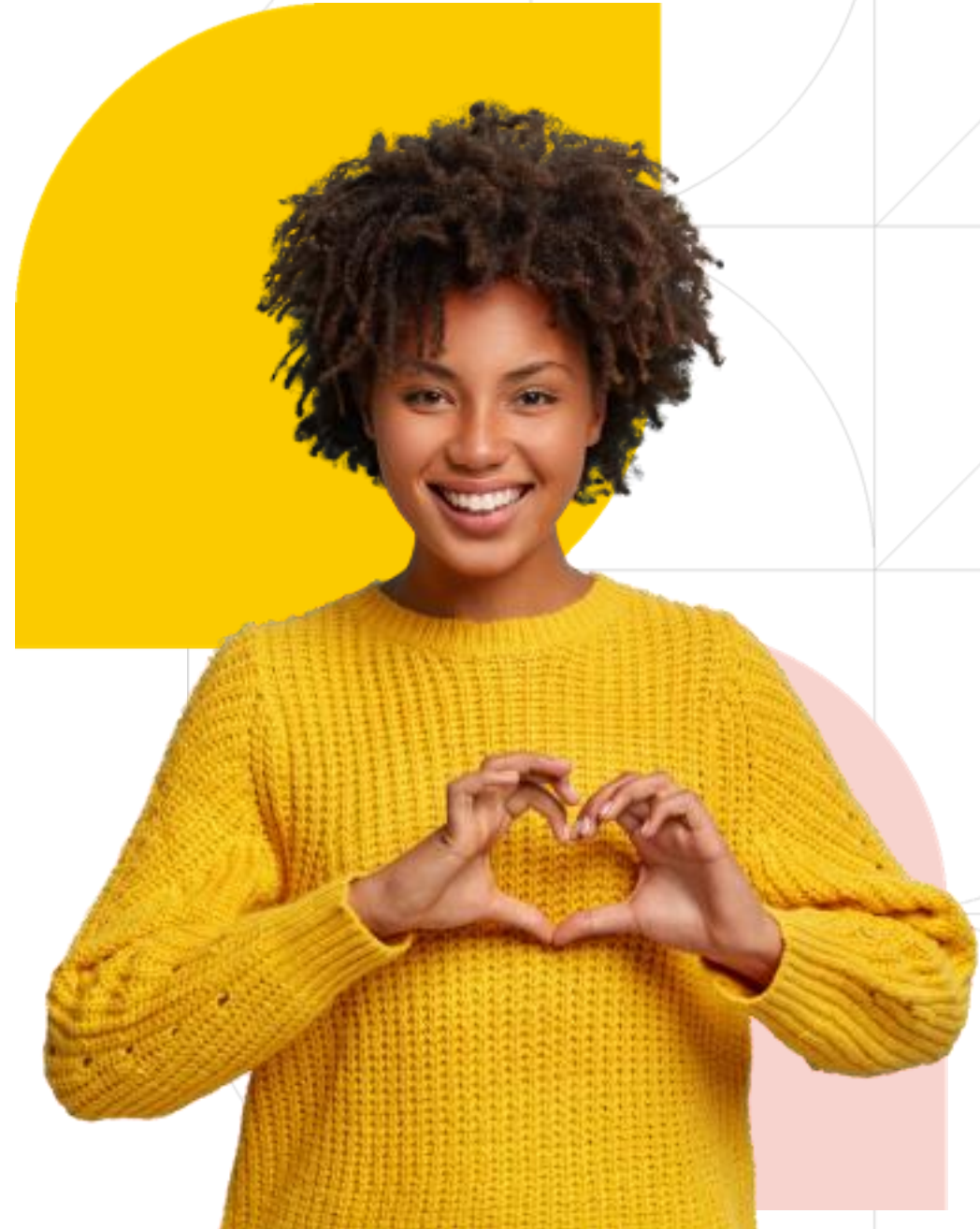
1. Map purpose
E.g. Experience at a coffee shop, Map for SaaS onboarding process
0 / 250
2. Personas involved
Select up to 2 personas (optional)
0 / 1000
3. Journey description
E.g., Sarah wants to find a coffee shop close to her office. She asks her teammates for advice and then tries to search it on social media
0 / 1000
4. Similar services

[GENERATE](#)

Idea #5

Diseñar en base a las emociones

Interacciones más humanas a partir del diseño basado en emociones.





teCuidamos

movistar
Compartida, la vida es más.

Un secreto que se revela
por teléfono, millones
de emociones.

LA FELICIDAD SIEMPRE ES LA RESPUESTA

IBERIA

Una de las claves de cada viaje es
con quién lo disfrutas

Coca-Cola

**PROMETES
EMOCIONES...**

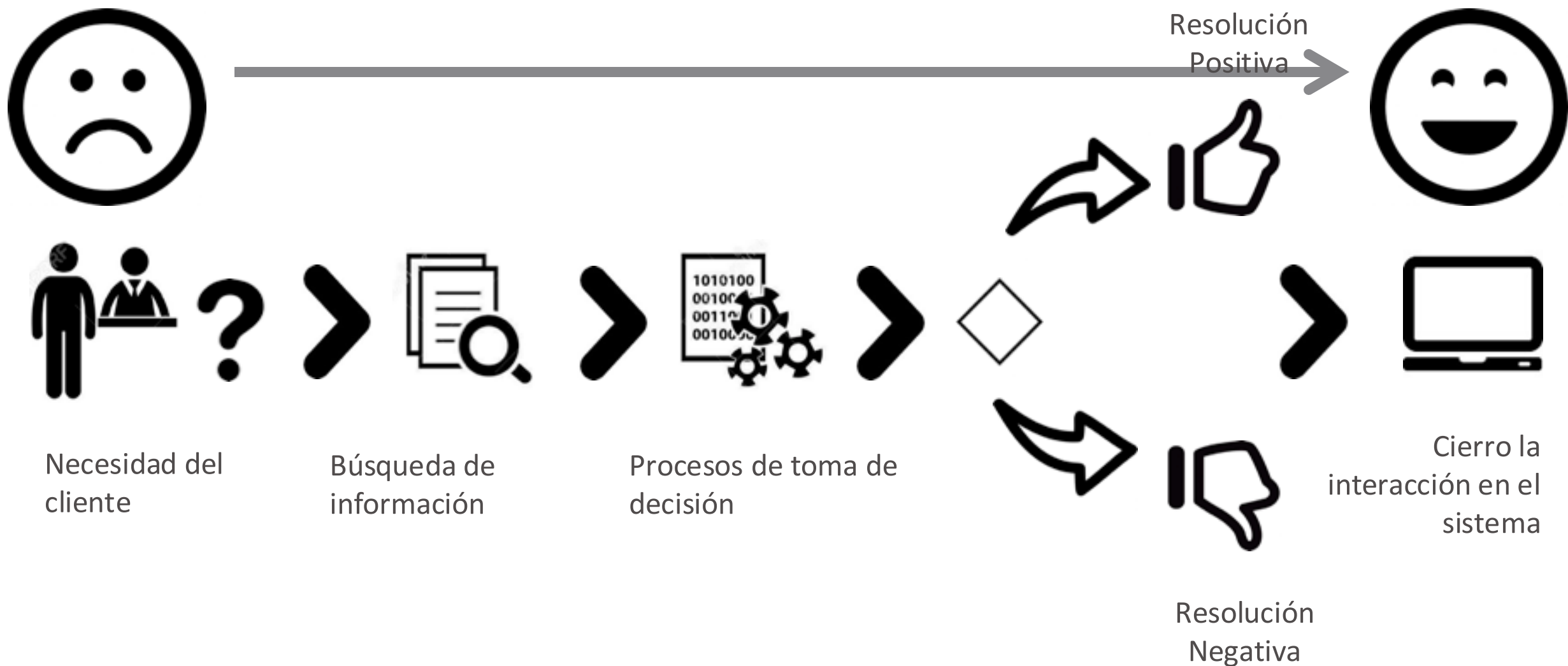
#travelquotes

SOY
276390010836144011
1559488
ANA CAMACHO GONZALEZ



...PERO DISEÑAS
TRANSACCIONES

El diseño actual de las interacciones basado en procesos



Modelo de Recobro Emocional

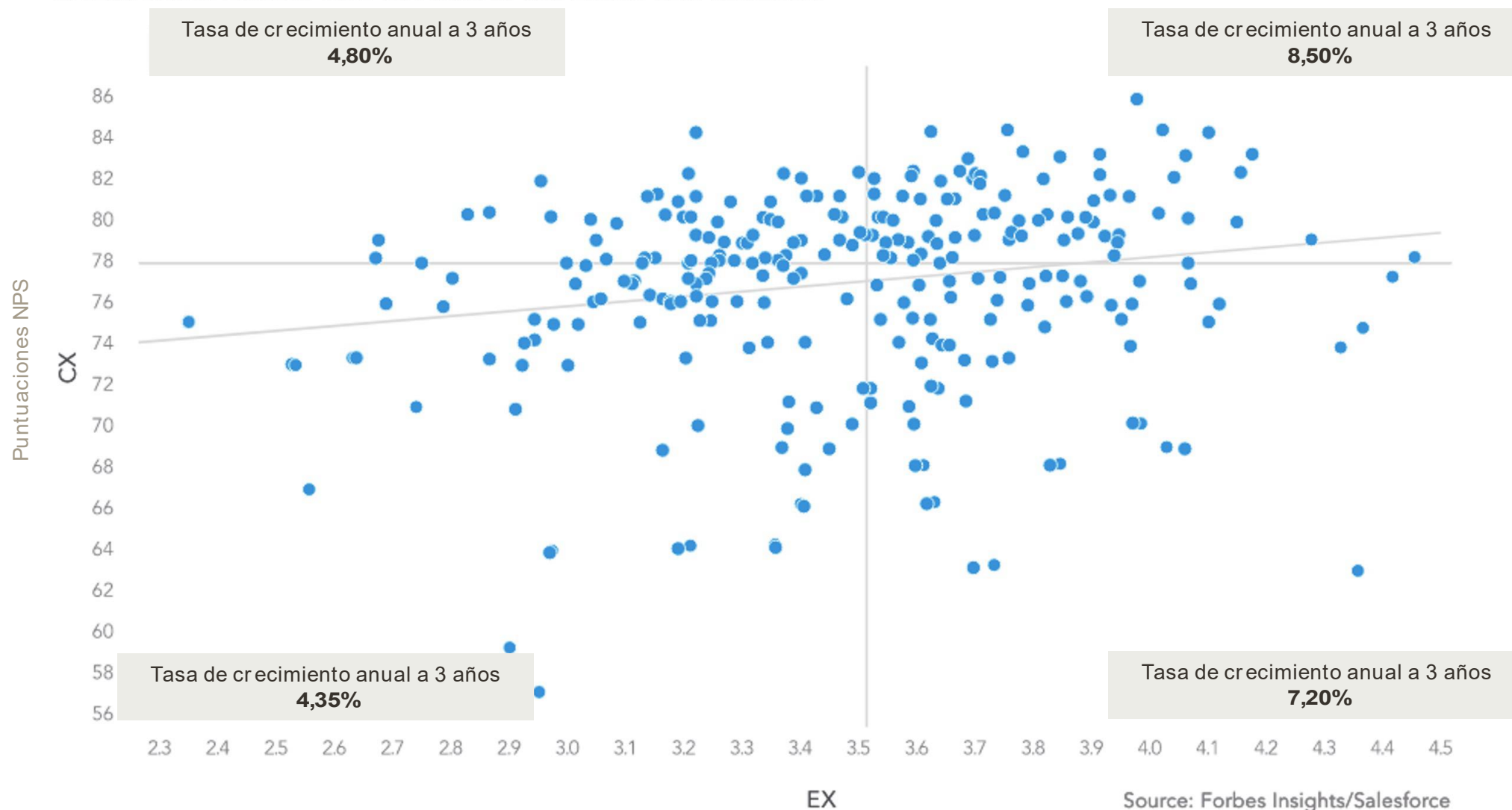


Idea #6

Construye los
modelos de
Economics de
Experiencia (para
clientes y
colaboradores)



The Upper Right Quadrant Firms—Those With High CX And EX—Exhibit Three-Year CAGR Almost Double That Of Firms In The Lower Left Quadrant



Puntuaciones de 0 a 5

LOS CONSUMIDORES SE ALEJAN
DESPUÉS DE UNA MALA EXPERIENCIA



PEQUEÑAS MEJORAS = GRANDES RESULTADOS

★ → ★★★★★
1 O 2 ESTRELLAS A 3 ESTRELLAS/
DE BAJO A ACEPTABLE

**1,6
VECES**

**2
VECES**

**2
VECES**

★★★★ → ★★★★★★
3 ESTRELLAS A 4 O 5 ESTRELLAS/
DE ACEPTABLE A EXCELENTE

**1,1
VECES**

**1,2
VECES**

**1,1
VECES**

AUMENTAN
LAS PROBABILIDADES
DE QUE TE COMPREN MÁS

AUMENTAN
LAS PROBABILIDADES
DE QUE TE RECOMIENDEN

AUMENTAN
LAS PROBABILIDADES
DE QUE CONFÍEN EN TU MARCA



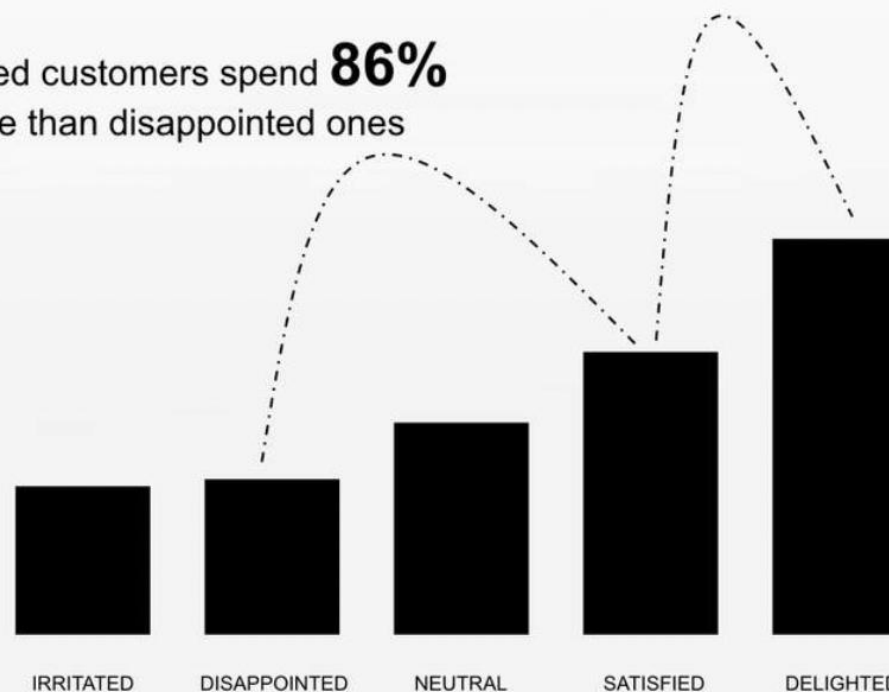
WHAT WE HAVE LEARNED

BOSS

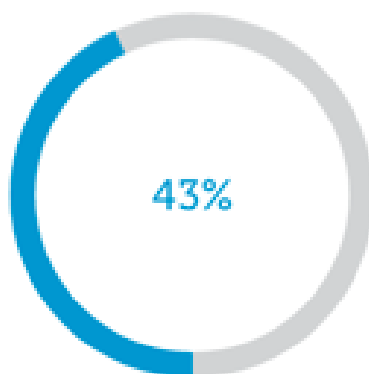
HUGO BOSS

Delighted customers spend **37%**
more than satisfied ones

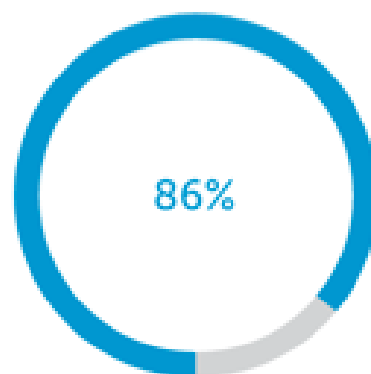
Satisfied customers spend **86%**
more than disappointed ones



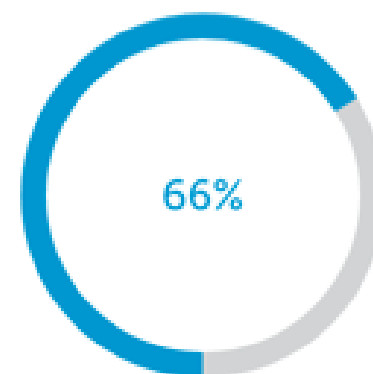
Av. Net Sales per Customer, split by answer to the question „How did you feel after your recent experience at the BOSS/HUGO Store?“



**43% MORE
PRODUCTIVE**
(HAY GRAUP)



**86% MORE
CREATIVE/
INNOVATIVE**
(UC BERKELEY)



**USING 66% FEWER
SICK LEAVE DAYS**
(FORBES)



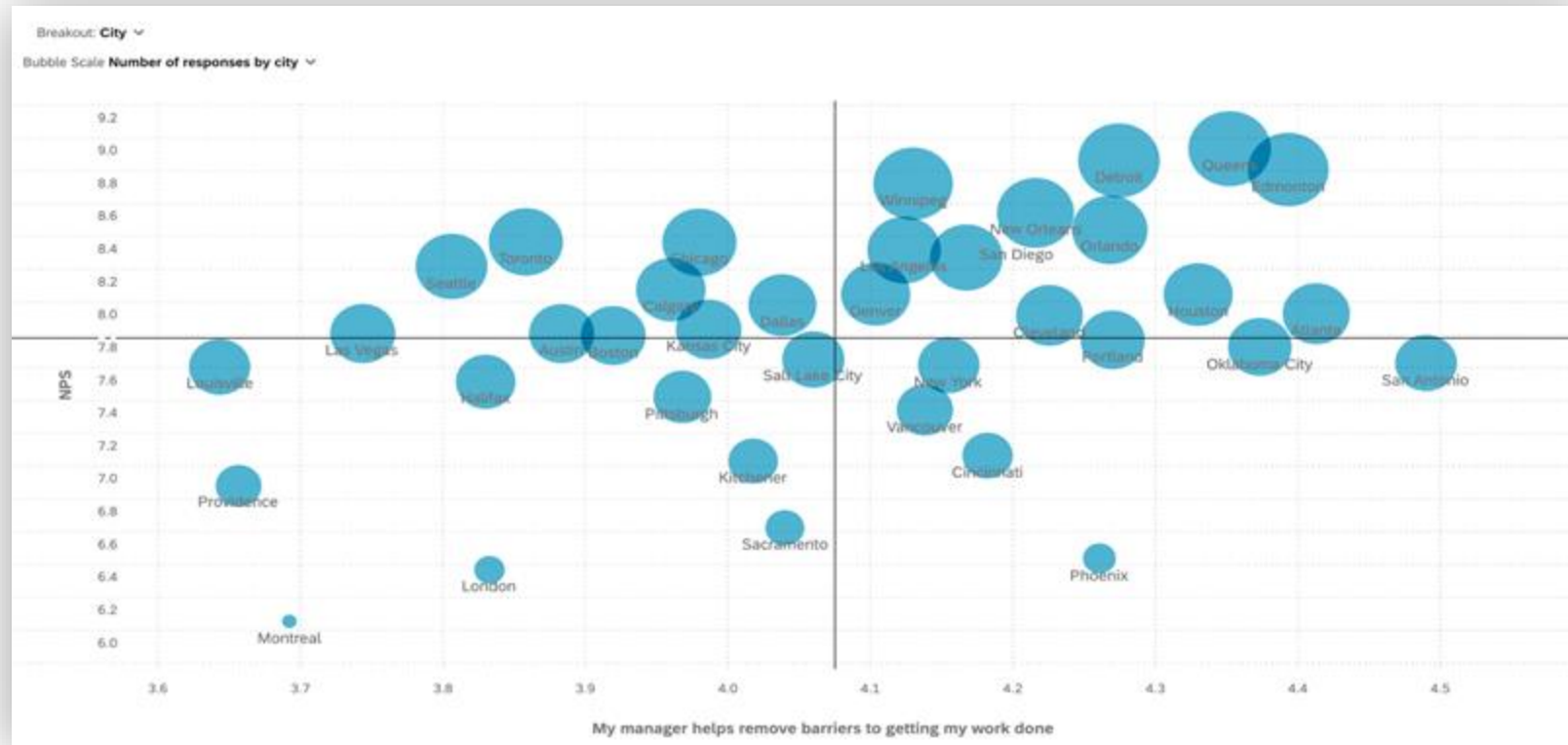
**51% LESS
TURNOVER**
(GALLUP)



**41% LESS
SAFETY-RELATED
ACCIDENTS**
(GALLUP)



37% HIGHER SALES
(MARTIN SELIGMAN)



Los técnicos reconocidos por su buena atención al cliente tienen **9 veces más probabilidades** de resolver todos los problemas antes de dejar el lugar, mejorando así la satisfacción del cliente.

Restaurante Tex-Mex con sede en EE. UU. y 3.000 locales.

En restaurantes con alta confianza entre el equipo, **los clientes perciben que la comida sabe mejor**, lo que impacta directamente en la satisfacción del cliente.



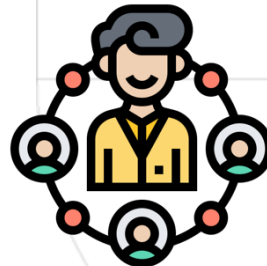
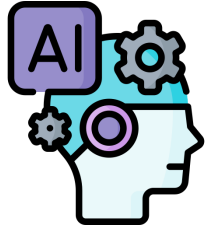
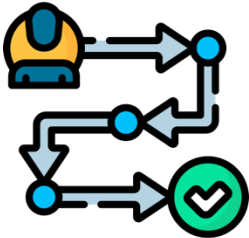
Las tiendas que reciben formación, claridad en expectativas y retroalimentación logran un NPS más alto.

Residencia para personas mayores en Canada

Las ubicaciones donde los **gerentes son percibidos como apoyos al bienestar** tienen un **NPS un 20 % más alto** que aquellas donde no lo son.

Resumen de ideas...

1. Pasa de **preguntar** a escuchar
2. **Inteligencia artificial** aplicada a la **gestión de experiencias**
3. **Inteligencia artificial** aplicada a la **calidad de las interacciones**
4. **Arquetipos y Journeys 2.0**
5. **Diseño** de interacciones **basado en emociones**
6. **Economics** de clientes y empleados



EXPERIENCE MANAGEMENT

¡Gracias!

Carlos Molina

VP Sales

carlos.molina@izo.es

Búscanos en:



hola@izo.es

www.izo.es

