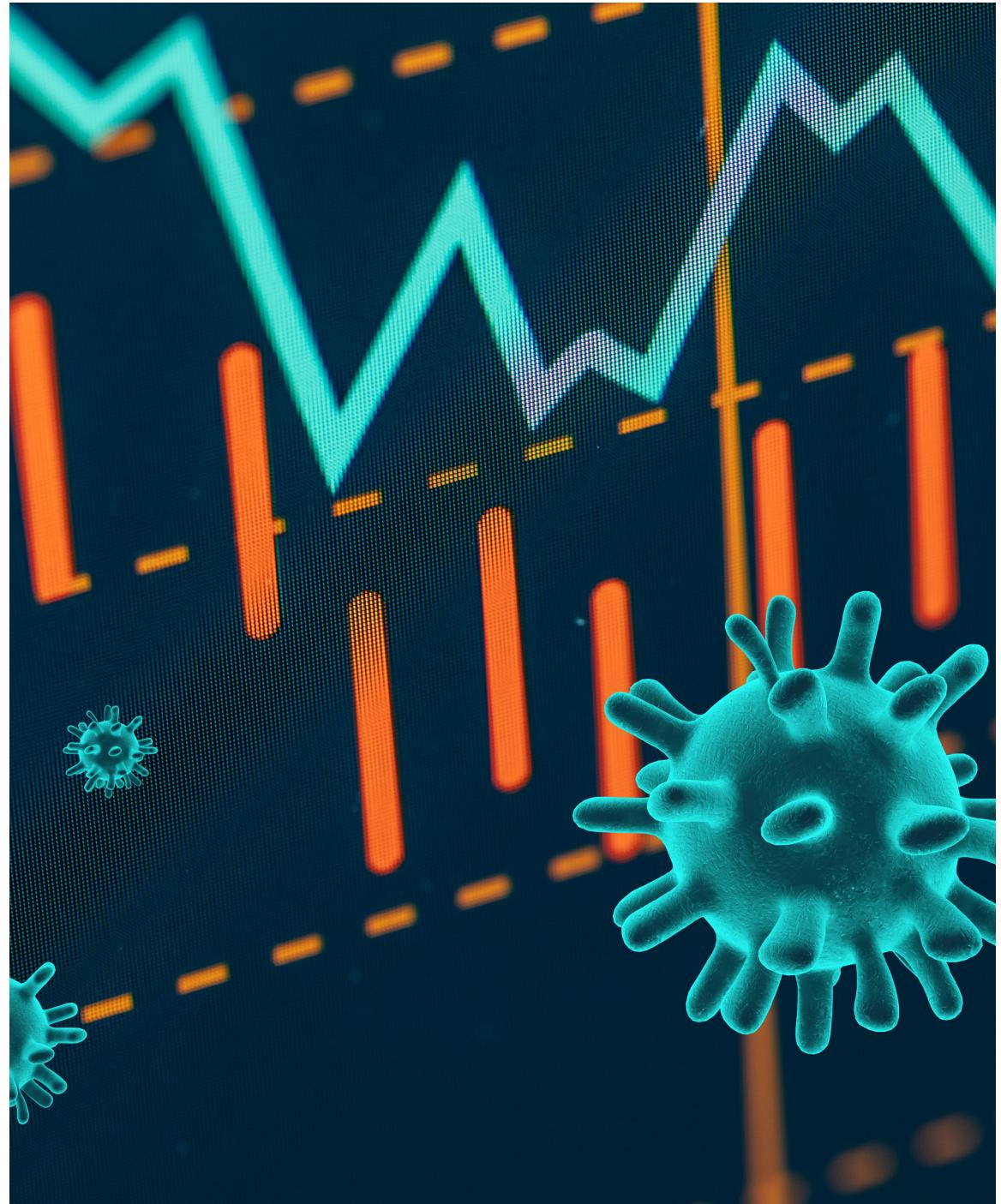




Asociación para el
Desarrollo de la
Experiencia de Cliente

DEC Solving / Julio 2020

El impacto de la pandemia en los hábitos de los consumidores



DEC ha organizado junto a YPF (miembro de la Asociación) un DEC Solving que ha tenido como título **“El impacto de la pandemia en los hábitos de los consumidores”** y cuyo objetivo ha sido analizar los cambios de comportamiento en los clientes en la nueva normalidad para que las compañías puedan adaptar su propuesta de valor.

Los participantes han compartido las acciones y *best practices* que han desarrollado durante estos meses para mejorar la Experiencia de Cliente en un momento tan crítico como el provocado por la crisis del COVID-19.

La sesión se ha celebrado el 29 de julio de 2020 a través de la plataforma *Teams*, y ha tenido como anfitriona a Cristina Miglio, Directora de CX de YPF.



¿Cuáles son los principales aprendizajes que nos deja la pandemia?

Josu Madariaga, Responsable de Experiencia de Cliente de Eroski, explica que esta situación les ha enseñado la necesidad de ser ágiles. Los procesos de decisión que tenían establecidos eran demasiado largos y dejaban de ser eficientes cuando se produce una situación tan complicada como la provocada por el coronavirus.

Tras lo acontecido se ha demostrado que los proyectos se pueden desarrollar de una forma mucho más ágil y alineada con la necesidad del cliente. Este es otro aprendizaje, la importancia de escuchar la Voz del Cliente y tenerla en cuenta en cada decisión. Para lograr esta escucha han contado con los propios trabajadores. El personal de tienda ha funcionado como canalizador de la Voz del Cliente, trasladando la información que recibían a la sede central, lo que les ha permitido ir adaptando y modificando las tiendas en función de las necesidades identificadas.

Por otro lado, han podido comprobar que el cliente puede digitalizarse de forma acelerada y han roto la falsa creencia de que hay clientes que no utilizan determinados canales según su perfil. Un ejemplo de ello son los seniors, que han utilizado el canal digital de la misma forma que el resto de los arquetipos. Realmente el cliente está dispuesto a utilizar el canal que le dé mejor servicio, independientemente de si es digital o físico.

Por último, en el caso particular de su compañía, señala que la condición de ser una empresa cooperativa ha favorecido la involucración de la plantilla y que la comunió entre la sede principal y las tiendas haya sido muy buena.



Colaboradores:



Para poder ver la ficha completa sobre *“El impacto de la pandemia en los hábitos de los consumidores”* es necesario estar asociado. Para más información puedes ponerte en contacto con nosotros en dec@asociaciondec.org o en el teléfono 660 38 46 60, estaremos encantados de informarte.

DEC