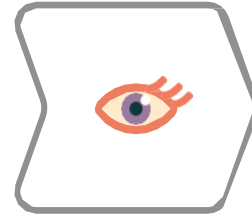


METODOLOGÍA BECO



FASE 1 BÚSQUEDA



Álvaro Marín

Responsable de Behavioral Science en The Cocktail

the-cocktail
A VML COMPANY



Jesús María García

Profesor Asociado y Coordinador del Posgrado Economía del Comportamiento en la Universidad de Barcelona



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

1. Objetivo de la fase

La primera fase consiste en explorar cómo tu organización puede empezar a incorporar esta disciplina en sus procesos de trabajo. A través de esta exploración podrás entender **cómo y dónde puedes incorporar la economía conductual** y empezar a **poner en práctica la lógica de la metodología BECO**, lo que te permitirá **compartir internamente el valor potencial de la economía conductual**.

2. Preguntas que responder

¿Cuáles de los **objetivos de negocio de mi organización** que pueden beneficiarse de la aplicación de la economía conductual?

¿Qué hacen **otros** (empresas/consultores/mundo académico) para conseguir que ocurra este comportamiento deseado? ¿**Cómo empezaron a utilizar la economía conductual**?

¿Qué **comportamientos quiero que ocurran**, por qué no están ocurriendo y qué datos lo explican? ¿Tengo acceso a estos datos para medir el impacto de la aplicación de la economía conductual?

¿Qué necesito para **aplicar la economía conductual**? ¿Cuento con los **recursos necesarios** (ej. personal formado) para implementar y evaluar estas intervenciones conductuales? Si no es así, ¿sé a quién acudir para obtener estos recursos?

3. Pasos a seguir

RECABA INFORMACION

Explora tu entorno e infórmate sobre la economía conductual. Internamente, **consulta con equipos relevantes, para identificar desafíos y oportunidades. Habla con expertos** para entender los requisitos y resultados de aplicar la metodología BECO.

- 1 Exploración Interna:** Reúnete con stakeholders para identificar desafíos y oportunidades.
- 2 Exploración Externa:** Habla con expertos sobre requisitos y resultados de la metodología BECO. Talleres. Workshops.
- 3 Identificación de Problemas:** Detecta problemas internos que podrían beneficiarse de la economía conductual.

Objetivos

Identificar Oportunidades

FAMILIARÍZATE CON LA METODOLOGÍA

Identifica las herramientas necesarias para probar la metodología, **explora departamentos** para implementar la metodología, **asegura recursos y apoyo.**

- 1 Seleccionar** comportamientos y **explorar** intervenciones.
- 2 Identificar áreas** donde puedas aplicar económica conductual y identificar las herramientas necesarias para probarlas.
- 3** Utilizar herramientas como el **Modelo EAST, Behavioral Map, Modelo SINOS y Modelo ATER**, para modificar el comportamiento.

Objetivos

Modificar Comportamientos

COMUNICA EL VALOR DE LA ECONOMÍA CONDUCTUAL

Persuade a tu organización sobre el valor de la economía conductual diseñando una comunicación **utilizando el equipo de comunicación.** Presenta un **caso de éxito.**

- 1 Adelántate a posibles barreras** y planea antes de enfrentarlas.
- 2 Diseña estrategias de comunicación** interna efectivas.
- 3** Muestra el despliegue de la economía conductual enfatizando en el **retorno de inversión y proporcionando testimonios y ejemplos.**

Objetivos

Persuasión Estratégica

4. Resumen

1

Esta fase permite entender **cómo se ha aplicado la economía conductual en otros contextos**, y cuál es el **grado de madurez BECO dentro de tu organización**.

2

Podrás empezar a identificar **comportamientos, áreas e intervenciones conductuales** viables y medibles dentro de tu organización.

3

Esto te ayudará a **dimensionar los recursos necesarios** para llevar a cabo una implementación de la metodología BECO.

4

Te permitirá empezar a **convencer a los equipos relevantes** de tu organización para obtener el apoyo necesario para desplegar la metodología.

5. Caso de éxito

Repsol **sembró la primera semilla de Economía Conductual** con una serie de workshops sobre la disciplina en el año 2018, para luego dar el paso a un primer proyecto sobre conversión a ventas en los call centers.

Contexto

Objetivo

1. Dar los primeros pasos en la disciplina.
2. Llevar a cabo un primer proyecto piloto que demostrase valor e impacto de negocio.

Captación de clientes en call centers, a través de una optimización y reducción de argumentario comercial.

Mejora en el desempeño:

- Se registró un **aumento del +8,8% en las ventas por hora (SPH)** y una **reducción del -5,9% en el tiempo medio operativo (TMO)**.

Rentabilidad:

- Mejora en la rentabilidad con un incremento en la proporción de **ventas a tarifas más altas, alcanzando un 79% frente al 75% anterior**.

Incremento en ventas duales:

- Las **ventas duales aumentaron en un 6%**, lo que resultó en una significativa **mejora en la rentabilidad por cada cliente captado**.

Resultado

5. Caso de éxito: **REPSOL**

Contexto

Repsol sembró la primera semilla de Economía Conductual con una serie de workshops sobre la disciplina en el año 2018, para luego dar el paso a un primer proyecto sobre conversión a ventas en los call center.

Objetivo

Dar los primeros pasos en la disciplina, formar a la compañía y llevar a cabo un primer proyecto piloto que demostrase valor e impacto de negocio. El primer proyecto fue sobre captación de clientes en call centers, a través de una optimización y reducción de argumentario comercial.

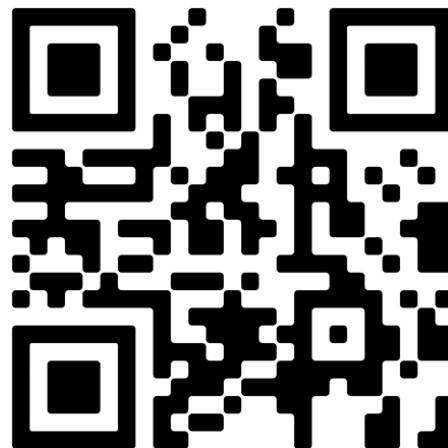
Resultado

Los resultados arrojaron una mejor performance vs el argumentario original, con un SPH (sales per hour) que creció +8,8% a la vez que se redujo el TMO (tiempo medio operativo) en -5,9%. Las ventas se produjeron a un precio de media más rentable, con un peso mayor de las tarifas más caras frente a las más baratas (79 vs 75%). Se incrementaron en un 6% las ventas duales, mejorando significativamente la rentabilidad por cada cliente captado.

METODOLOGÍA BECO

Economía Conductual aplicada a la Experiencia de Cliente y Empleado

¡MUCHAS GRACIAS!



La metodología ya
está disponible

**¡NO TE LA
PIERDAS!**