



La neurociencia de la experiencia del cliente

Adriana Fu Vivian

Agilidad. Experiencias. Emociones.

**¿Cómo se relacionan la
neurociencia y la experiencia del
cliente?**

ESFUERZO

PENSAR RÁPIDO,
PENSAR DESPACIO



DANIEL
KAHNEMAN

PREMIO NOBEL DE ECONOMÍA

DEBATE



5%

Reacciones **racionales**, que se pueden verbalizar

95%

Reacciones **no conscientes**, automáticas

Par cœur [par kœr]

francés, del latín cor

Saber a través del corazón.

**Considerado antiguamente un símbolo
de inteligencia y razonamiento.**

En inglés, *by heart*.

PROCESAMIENTO CEREBRAL



ESTÍMULO



ATENCIÓN



MEMORIA

EMOCIONES



HEURÍSTICAS
Y SESGOS



PERCEPCIONES



ACCIÓN



Esfuerzo

Encontrar el camino más cómodo para procesar informaciones

Memoria

Somos lo que elegimos
olvidar

An aerial photograph of a river delta, showing intricate, swirling patterns of water in shades of teal and tan. The water flows from the top center towards the bottom, creating a complex, organic structure. The overall tone is warm and natural.

Creando experiencias centradas
en la **naturaleza humana**

MATTHEW DIXON,

BESTSELLING COAUTHOR OF *THE CHALLENGER SALE*

NICK TOMAN AND RICK DELISI

of CEB

"A business detective story, in which cherished truths are systematically investigated—and frequently debunked."

—From the foreword by
Dan Heath, coauthor
of *Decisivo*, *Switch*, and
Made to Stick

THE

EFFORTLESS EXPERIENCE

**CONQUERING THE
NEW BATTLEGROUND FOR
CUSTOMER LOYALTY**

*"Elegimos empresas
por sus productos,
pero las dejamos
debido a fallas
de servicio"*

Matthew Dixon - The Effortless Experience

1

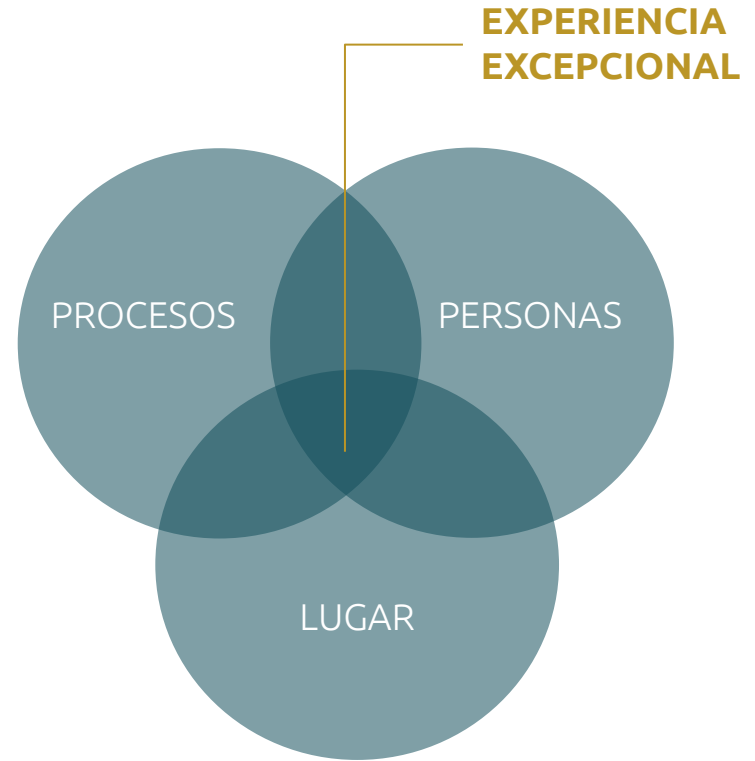
**DIBUJANDO UNA
EXPERIENCIA
SIN OBSTÁCULOS**

2

**REDUCIENDO EL
IMPACTO DE
MEMORIAS NEGATIVAS**



La creación de experiencias
**no emana de la
improvisación y de las
personas apenas.**



MENOR ESFUERZO

Indicadores de éxito

FTR- First-Time Resolution

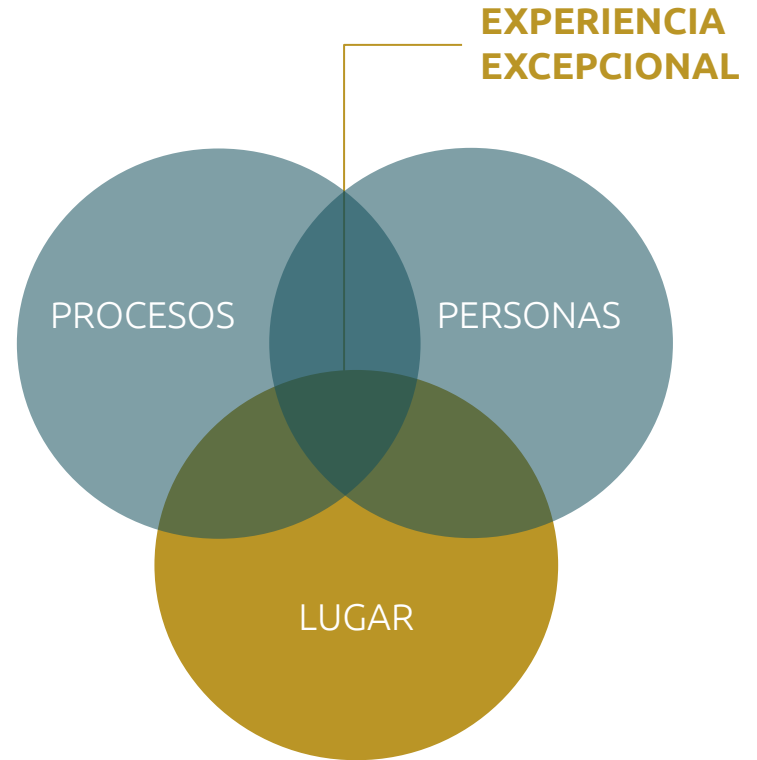
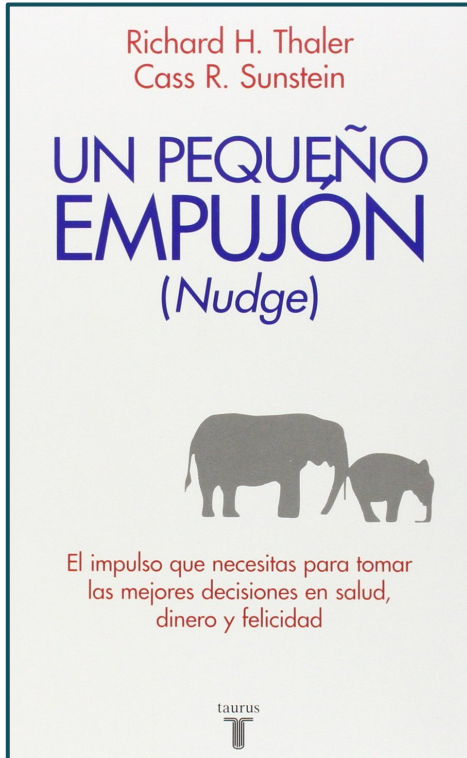
Repetición de información

Tasa de transferencia

CES- Customer Effort Score



ATENCIÓN Y MENOR ESFUERZO

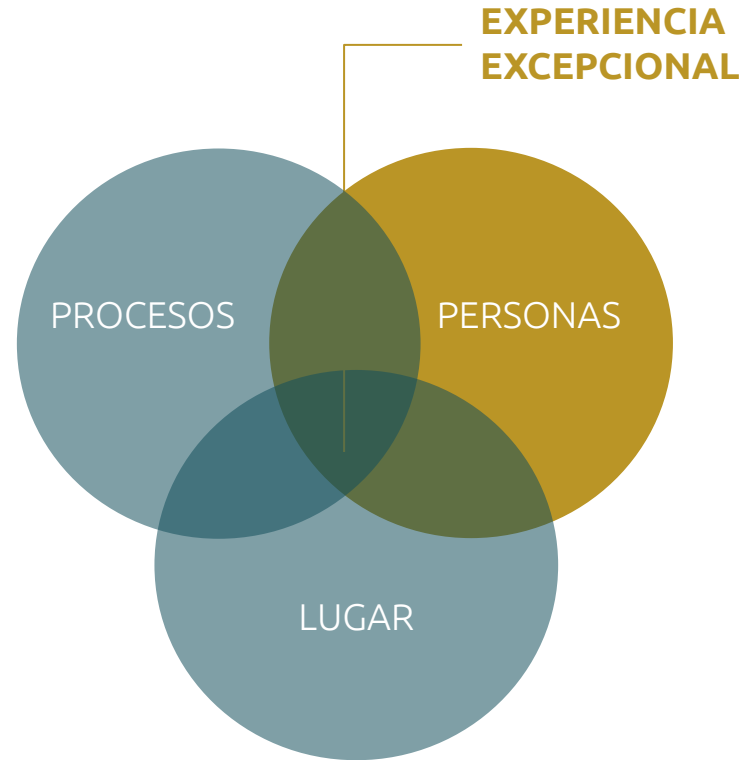


PERCEPCIÓN Y MEMORIAS POSITIVAS

Indicador de éxito

Satisfacción con el servicio

**No tenemos ningún vuelo disponible pronto.
Le acomodaremos en el próximo vuelo, a las 9 p.m**





PERCEPCIÓN Y MEMORIAS POSITIVAS

Sé que esto puede ser frustrante. Le pido disculpas por la inconveniencia causada. Voy a ayudarle a encontrar la mejor solución. EMPATÍA

Tenemos el mismo vuelo mañana, pero podría conseguirle un asiento esta noche, a las 9 p.m. ANCLAJE

aunque tenga que esperar, al menos llegará hoy. LENGUAJE POSITIVO

1

**DIBUJANDO UNA
EXPERIENCIA
SIN OBSTÁCULOS**

Pregunten: CES y Satisfacción con el servicio

Controlen: Tasa de transferencia, FTR, repetición

Explore nudges

2

**REDUCIENDO EL
IMPACTO DE
MEMORIAS NEGATIVAS**

Mantengan la conexión emocional

Usen lenguaje positivo y anclas



Gracias



Adriana Fu Vivian