



experiencia ALMUNDO

Transformando al mundo a través de los viajes



DESTINO PREFERIDO:
ITALIA

¡Hola!

Jalil Deguer
Customer Experience Reg. Manager
Almundo



“

Transformando
a las personas,
transformamos
al mundo.

Propósito de Almundo.com





ACOMPañAR A NUESTROS CLIENTES

ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DEL VIAJE

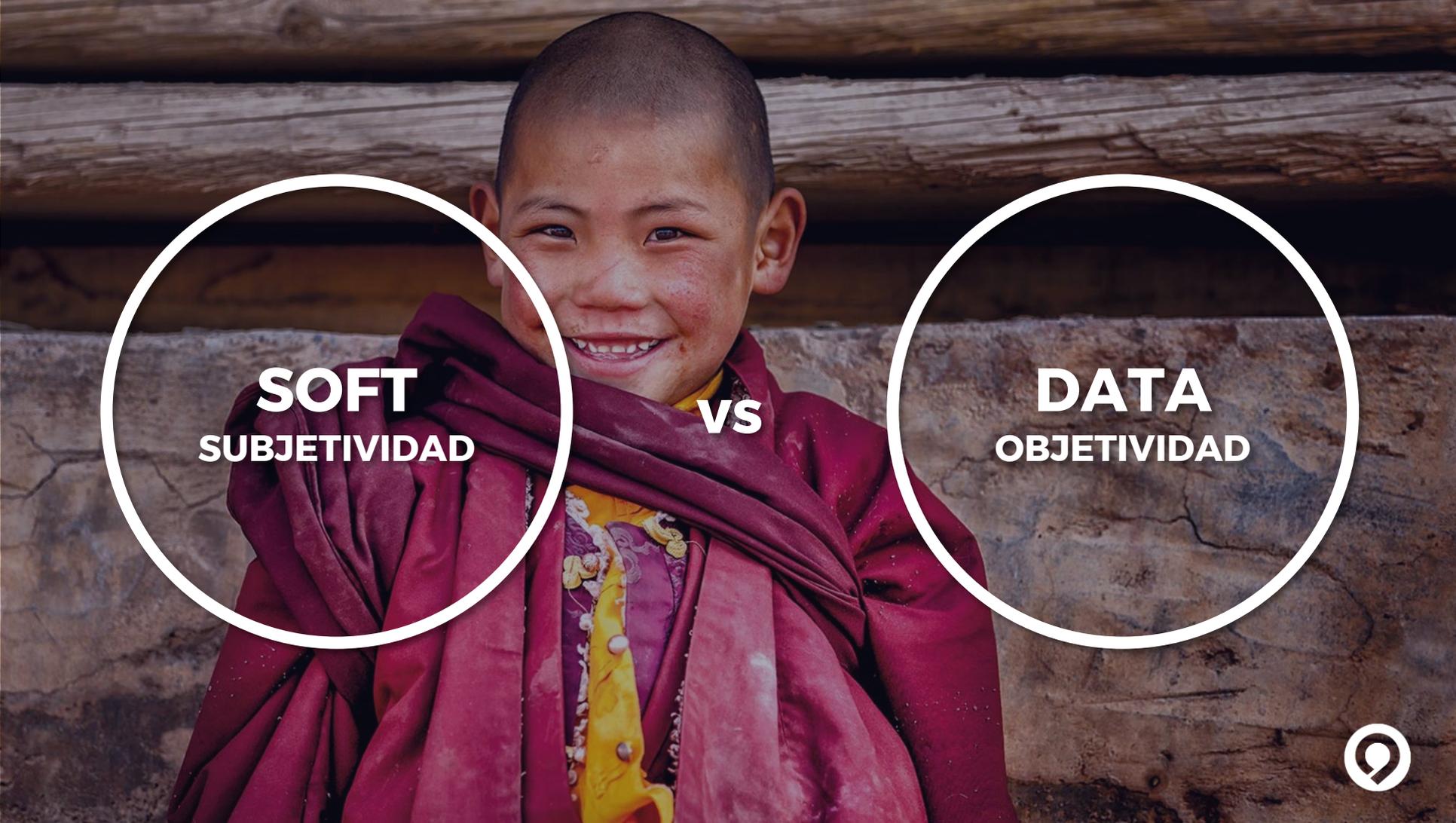




CONQUISTAR CORAZONES

CON EXPERIENCIAS INOLVIDABLES





SOFT
SUBJETIVIDAD

VS

DATA
OBJETIVIDAD



“

What we found: not only is it possible to quantify the impact of customer experience — **but the effects are huge.**

“The Value of Customer Experience, Quantified”, Harvard Business Review



Transaction-based

+140%

Aumento de compra del cliente
con mejor experiencia

Subscription-based

74% se queda

Probabilidad de que un promotor se quede luego de un año,
mientras que entre los detractores las chances son del 43%

6 años

Propensión de un promotor a permanecer
como miembro al tener buena experiencia



LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE CORRELACIONA CON

LEALTAD, RENTABILIDAD & MARKET SHARE

IMPACTO ECONOMICO DE CX





+35%

Aumento del ticket promedio
en la primer compra

x2

Probabilidad de recompra
en los primeros 6 meses

+40%

Aumento del LTV de los
primeros 6 meses



5 DIMENSIONES



1.

IDENTIDAD &
ESTRATEGIA

2.

CONOCER AL
CLIENTE

3.

MEDIR &
ACTUAR

4.

DISEÑAR
EXPERIENCIAS

5.

CULTURA
CUST. CENTRIC

ESTRATEGIA CX ALMUNDO



MEDIR & ACTUAR



TRANSFORMAR
**PERCEPCIÓN
EN DATOS**



TRANSFORMAR
**DATOS EN
CONOCIMIENTO**



TRANSFORMAR
**CONOCIMIENTO
EN MEJORA**





**TRANSFORMAR
PERCEPCIÓN
EN DATOS**



NET PROMOTER SCORE

¿RECOMENDARÍAS ALMUNDO A UN FAMILIAR O AMIGO?



0



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10

DETRACTORES

NEUT.

PROM.

NPS = % 😊 **- %** ☹️

CUSTOMER JOURNEY





**TRANSFORMAR
DATOS EN
CONOCIMIENTO**



ANALISIS > INSIGHTS > CONOCIMIENTO

1.

CORTES POR
PRODUCTO,
CANAL, EXPERTO

2.

CRUCE CON
DATOS
OPERATIVOS

3.

ANALISIS
SEMANTICA DE
COMENTARIOS

4.

IDENTIFICAR
DRIVERS

5.

COMPARTIR
CONOCIMIENTO

DATOS EN CONOCIMIENTO





**TRANSFORMAR
CONOCIMIENTO
EN MEJORA**



LLEVAR LA VOZ DEL CLIENTE

1.

PARTICIPACIÓN
EN SQUADS

2.

IMPACTAR EN EL
ROADMAP

3.

PAIN POINTS
REDUCTION

4.

PERSONALIZACIÓN
DE LA
EXPERIENCIA

5.

MEDIR EL
IMPACTO

CONOCIMIENTO EN MEJORA





ASIGNACIÓN INTELIGENTE

**Idioma + Destino + Tipo de Viaje + NPS +
Conversión + País del Origen + País de Residencia ...**

Nuestro algoritmo inteligente cambia a cada llamado, seleccionando el mejor experto para ayudarte en tu viaje en todos los países de Al mundo.





MATRIZ DE FIDELIZACIÓN

Creamos una Política de Customer Care integral, dándole autonomía y agilidad al agente para resolver posibles inconvenientes de los clientes.





POLITICA DE EQUIPAJE

Como parte de nuestro plan de “Pain Point Reduction”, expusimos en el listado de resultados la política de equipaje que aplica a cada tarifa.

Tu Queja Suma

Somos Líderes en el segmento Viajes y Aerolíneas y Primeros en el Ranking General de Argentina.

Mejor empresa en resolución de incidentes en 2017 en Argentina.



+13% NPS

Aumento del NPS de Regreso a Casa (YoY)

-43% CPR

Reducción del ratio de contacto en post-venta (YoY)

+75% Clientes

Aumento de clientes recurrentes (YoY)



“

—

CX is no longer just a discipline; it is the basic ingredient for growth

FORRESTER





MEDIR & ACTUAR

Medir para entender y luego accionar . Lo que se mide se puede gestionar y mejorar.



CLIENTES EN EL CENTRO

La clave es entender al cliente y tenerlo siempre como referencia.



CONQUISTAR CORAZONES

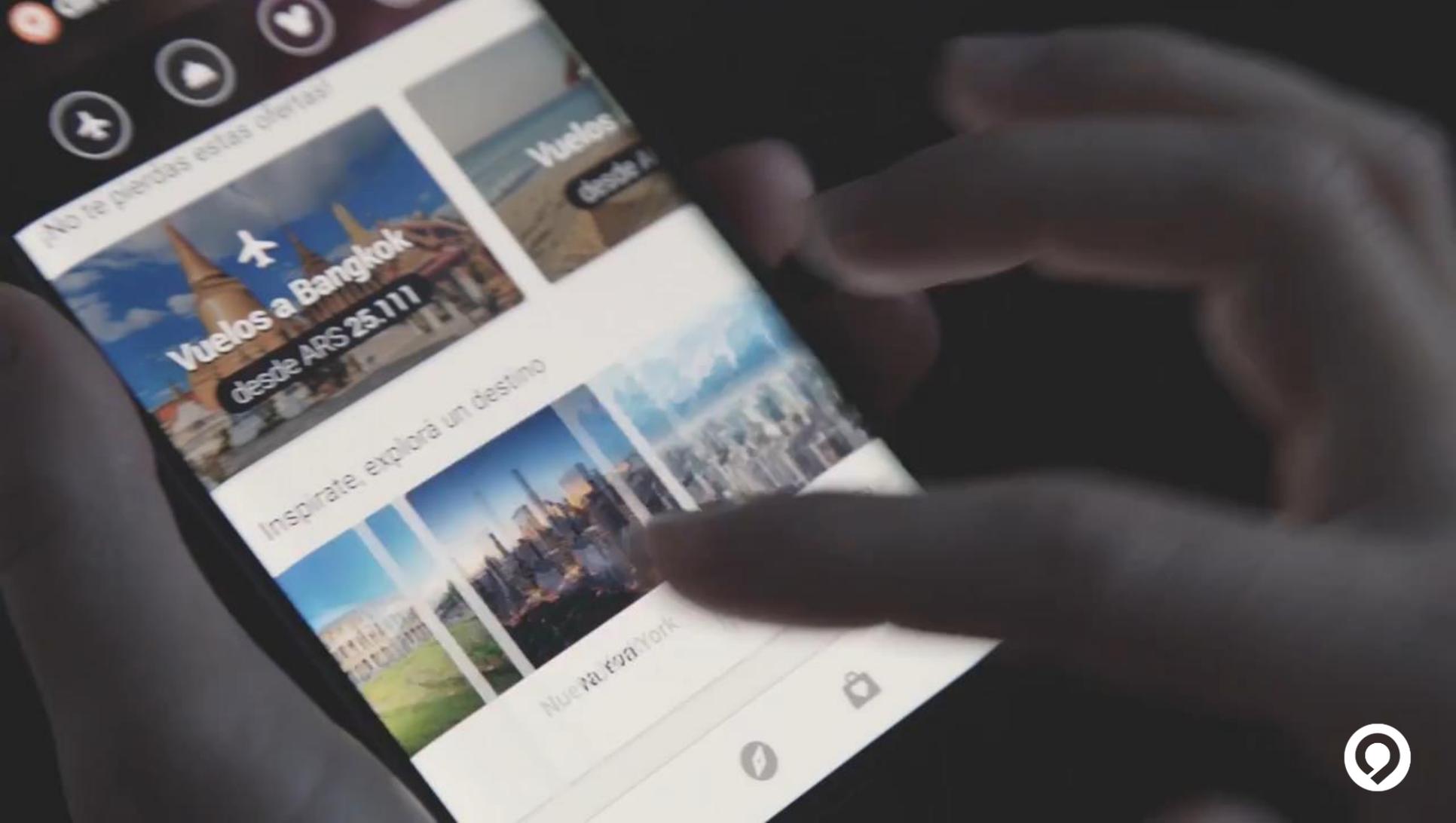
De los clientes, de los colaboradores y del liderazgo de la empresa





¡Gracias!





Vuelos a Bangkok
desde ARS 25.111

Inspírate, explora un destino

Nueva Era York

