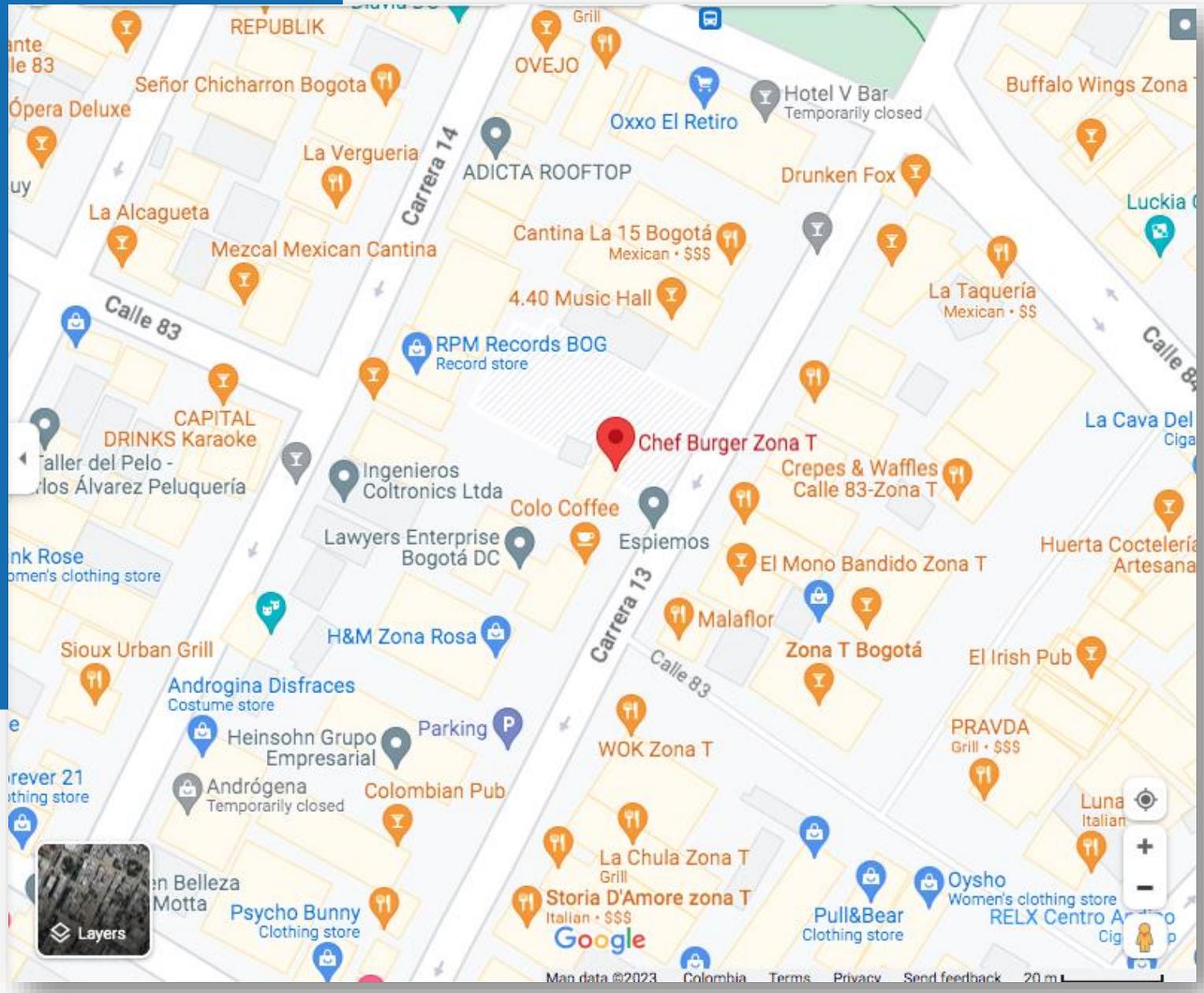


# Diseñar la experiencia de cliente aumenta los ingresos de las compañías en el sector de la construcción











CHEF BURGER ZONA T  
Chef Burger Company SAS  
Nit 900914529-1  
Dir. CR 13 83 19 LC 1  
Línea nica: 4482378 EXT 11  
Bogotá, Colombia  
zonat@chefburger.com.co  
Régimen Com'n

Servicio  
Voluntario

TPV ..: TPV002estacion1  
Cajero : meseros  
Fecha : 2019/7/6 Hora: 14:54:46  
Factura de Venta: 0302-67921  
Vendedor : 6308 LOPEZ MUÑOZ PAULA XIMENA  
Cliente Credito :  
Cliente Pos :  
Cond.Pago: CON CONTADO  
NUMERO MESA: 23

1 Coca Cola Normal	4,500
1 Coca Cola Normal	4,500
1 Quatro	4,500
1 Thai Burger	23,900
1 Sailor Jerry Burger	25,900
1 Sailor Jerry Burger	25,900

SUBTOTAL \$89,200  
VALOR PROPINA → \$0

TOTAL \$89.200

-----[ INFORMACION TRIBUTARIA ]-----  
Descripcion Vir\_Base Vir\_Impto.  
ICO 8% 82,595 6,605

AUTORIZACION DE FACTURACION. 18762004338  
DE 2017/08/08  
PREFIJO. 0302 DEL No. 1 AL 100000

COMA HAMBURGUESA SEA FELIZ!

NOTA SOBRE PROPINA:  
En Chef Burger NO cobramos  
NI sugerimos el pago de propina;  
dejamos a criterio del cliente si  
quiere dejar propina de acuerdo a su  
calificacion del servicio:  
Muchas Gracias por su Visita!

CHEF BURGER  
MADE WITH LOVE

SUBTOTAL \$89,200  
VALOR PROPINA → \$0

COMA HAMBURGUESA SEA FELIZ!

NOTA SOBRE PROPINA:  
En Chef Burger NO cobramos  
NI sugerimos el pago de propina;  
dejamos a criterio del cliente si  
quiere dejar propina de acuerdo a su  
calificacion del servicio:  
Muchas Gracias por su Visita!

CHEF BURGER  
MADE WITH LOVE



*De izquierda a derecha Juan Carlos Valencia e Ivan Castaño de Chef Burger.*

## **DISEÑO INDUSTRIAL Y UN 'PARCHE BACANO'**

La fusión de ideas y las preferencias de los consumidores por migrar a productos artesanales llevo a que Chef Burger finalmente se creará el 8 de agosto de 2011 en el barrio "El Poblado" en Medellín con un diseño industrial, tipo "pub".

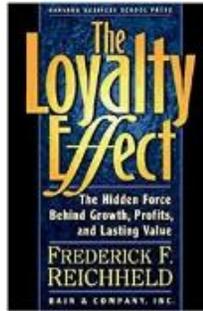
Chef Burger tiene como propósito formar jóvenes para el futuro, por eso, son sus mayores aliados y quienes les ayudan a vender un "parche bacano" ofreciendo experiencias únicas que invitan a los comensales a ser felices, escuchar música y tener toda la actitud.



A la fecha, Chef Burger cuenta con 20 puntos de venta, 2 foodtrucks y 6 cocinas ocultas. Para el 2021, Iván y su equipo le apuestan a abrir ocho nuevos puntos y llegar a Cartagena en 2022.



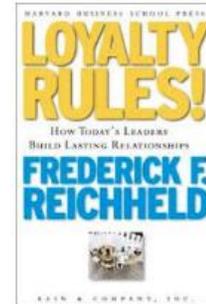
El sistema NPS trata del Crecimiento Económico Sostenible a través de la entrega de **Experiencias Memorables** a sus clientes todos los días.



1996

Comportamientos económicos del cliente:

- Retención
- Recomendación
- Compra incremental



2001

Lealtad con "stakeholders":

- Selección
- "Listen hard, talk straight"
- Guiding principles

Harvard Business Review

### The One Number You Need to Grow

by Frederick F. Reichheld

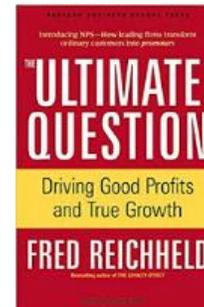
How the best companies grow

The CEOs in the room know all about the power of loyalty. They had already transformed their companies into industry leaders, largely by building intensely loyal relationships with customers and employees. Now the chief executives—from Vanguard, Chick-fil-A, State Farm, and a half-dozen other leading companies—had gathered at a dining table to swap insights that would help them further enhance their loyalty efforts. And what they were hearing from Andy Taylor, the CEO of Enterprise Rent-A-Car, was riveting.

Taylor and his senior team had figured out a way to measure and manage customer loyalty without the complexity of traditional customer surveys. Every month, Enterprise polled its customers using just two simple

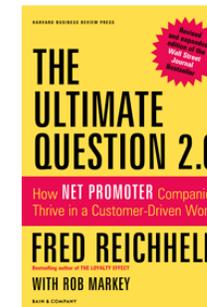
2003

- NPS es LA métrica
- Mayor NPS mayor crecimiento \$



2006

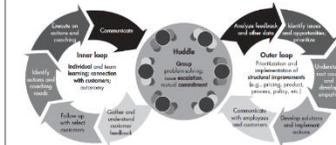
- "Good vs bad Profits"
- Net Promoter® SCORE
- Promotores, Pasivos y Detractors
- Énfasis en retroalimentación y aprendizaje



2011

- "Convertir" Detractors
- "Fast-cycle closed-loop"
- Lego, American Express y Charles Schwab
- Base de la cultura
- TI aplicada
- Énfasis en El Sistema

## Bain "Huddles"



2015

- NPS Champions Team- Gerencial
- Circulo operativo
- Círculo directivo
- Proceso de compromiso con la mejora continua
- Sistémico

De acuerdo con tu última visita realizada a la sucursal **COLINA CAMPESTRE**, ubicada en Carrera58 No. 137B-04

¿Qué tan dispuesto estás en recomendar la sucursal **COLINA CAMPESTRE**, a un familiar o amigo?. En una escala de 0 a 10, donde 0 significa "Nada probable" y 10 significa "Muy probable".

Nada probable					Muy probable					
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

¿Cuáles son las razones por las que has otorgado esta calificación?

Tu opinión nos interesa Recibidos x

**Amarilo** <no-reply@opinat.com> para mí



## AMARILO

Hola Julieth Lopez

Para nosotros es muy importante brindarte un excelente servicio y queremos saber cómo ha sido la atención de nuestro equipo

¿Podrías contestar esta breve encuesta?

Muchas gracias por tu ayuda.

Equipo de Experiencia al Cliente.

[Responder](#)



### SU OPINIÓN EN **DAVIVIENDA**

Estimado(a) JULIETH PATRICIA LOPEZ DEL RIO, le invitamos a que califique su experiencia en el cajero Davivienda Olimpica El Recreo el día 2023-04-21.

De 0 a 10, donde 0 es no lo recomendaría y 10 si lo recomendaría ¿Qué tanto recomendaría los cajeros automáticos de Davivienda a un amigo o familiar? \*

0
1
2
3

## Queremos tus comentarios - 4 preguntas

hoy, 4:24 p. m.



Estimado(a) MAURICIO ALFONSO:

Agradecemos tus respuestas a las siguientes 4 preguntas sobre tu experiencia en nuestra oficina el 30 de octubre de 2018.

¿Cuál sería la probabilidad de que recomendaras el Banco Colpatría a un amigo o un familiar?

Nada probable										Muy probable
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Esta encuesta solo te tomará algunos minutos y en ella no se te solicitará información personal.

Gracias por tus comentarios, tu opinión es importante para nosotros.

Jaime Alberto Upegui Cuartas  
Presidente Scotiabank Colpatría S.A.



Esta encuesta es administrada por nuestros socios de Medallia Inc.

Si no puedes acceder a la encuesta a través de la pregunta anterior, por favor copia y pega el siguiente

OIKOS storage MINIBODEGAS

# AYÚDANOS A MEJORAR

Responde la siguiente encuesta

**INGRESA AQUÍ**

Sólo tomará un minuto de tu tiempo.

f i t in



→ Necesario

En relación a tu última experiencia de compra, ¿Qué tan probable es que recomiendes a Sodimac a un familiar, amigo/a o colega?

Nada probable										Muy probable
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

¿Cuáles son las razones de esta calificación?

→ Necesario

El producto que compraste ¿era para uso personal o laboral?

- Uso personal
- Uso laboral (decorador, arquitecto, mueblista/carpintero, gasfiter/gasista, plomero, pintor, electricista, constructor/maestro de obra, inmobiliaria, etc)

Siguiente

opinat

La única pregunta...  
Prueba las dos áreas  
fundamentales de la  
lealtad

## Racional

Mejor precio.

Mejor servicio.

Mejores atributos.

## Emocional

Me conocen.

Me oyen.

Se anticipan a mis necesidades.

Me sorprende gratamente.

Me valoran.

En las fallas, se recuperan rápidamente.

# Tipología de clientes según el NPS

Comportamiento comercial histórico



## Promotores

*Notas 9 y 10*

- Continuidad de compras, upselling.
- Mayor ciclo de vida o retención.
- Boca a boca positivo.
- Menores costos de servicio.



## Pasivos

*Notas 7 y 8*

- Riesgos de fuga: vulnerables a la competencia.
- Menor rentabilidad.
- Ausencia de boca a boca positivo.



## Detractores

*Notas 0 a 6*

- Menor gasto.
- Bajo ROI
- Alta probabilidad de fuga
- Boca a boca destructivo
- Mayor costo de servicio.

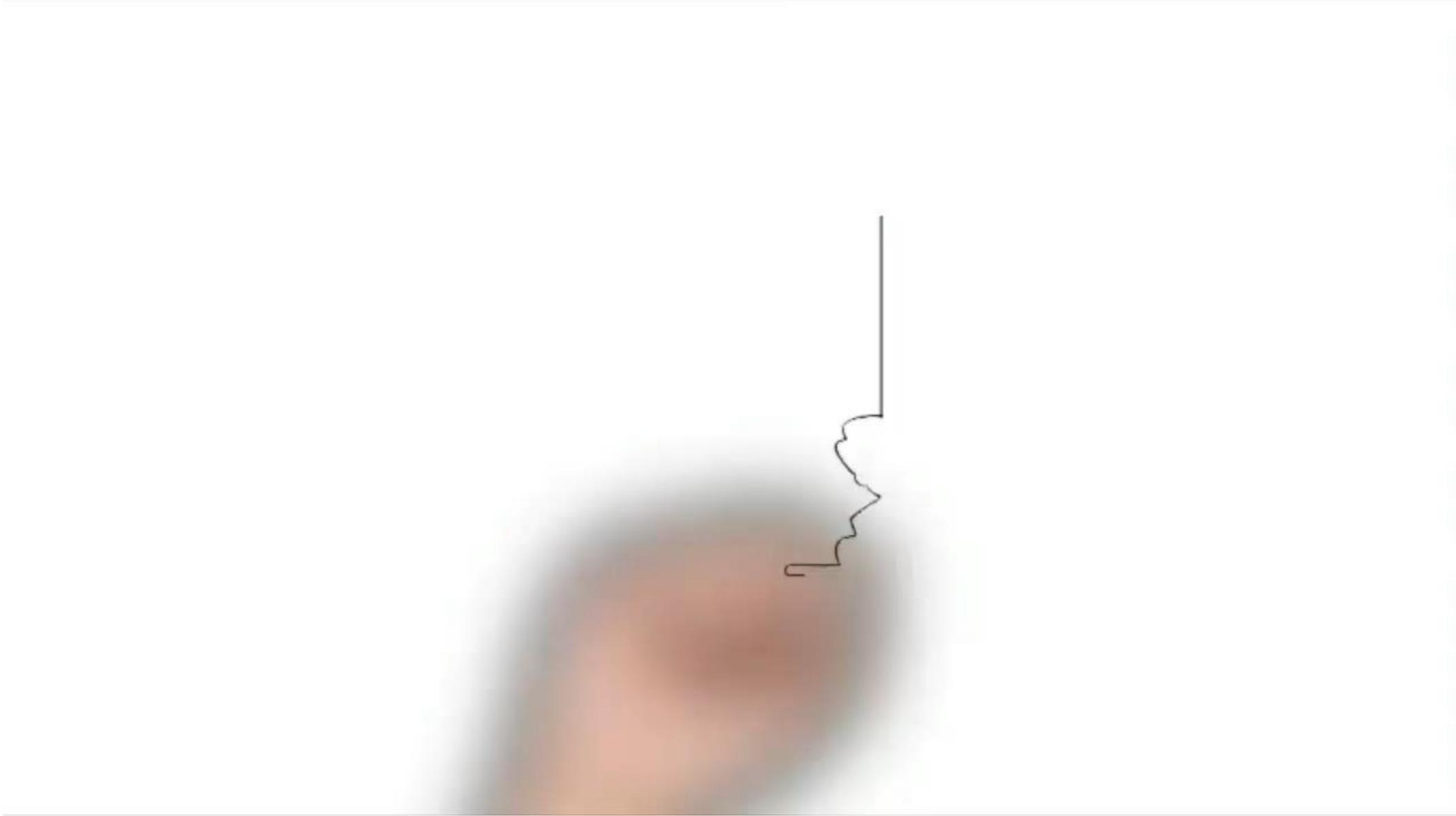


**Warren Edward Buffett**

Inversor y empresario estadounidense, considerado uno de los más grandes inversores del mundo.

Es el mayor accionista, presidente y director ejecutivo de Berkshire Hathaway.

En 2017 ocupó la tercera posición en la lista de personas más ricas del mundo elaborada por la revista Forbes, por detrás de Bill Gates y del fundador de Amazon Jeff Bezos. Su fortuna estimada es de 116 500 millones de dólares.

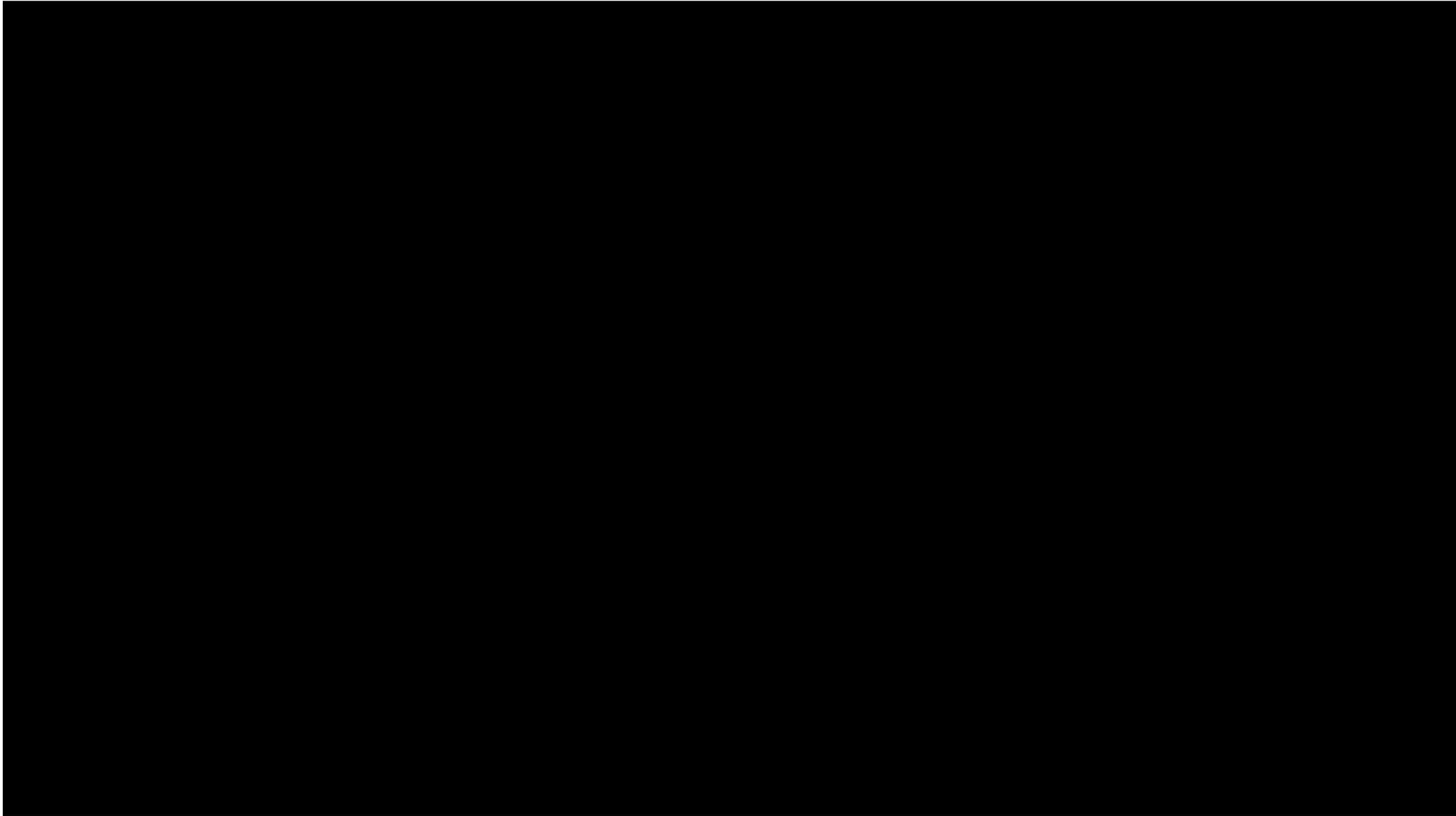


“El poder de la experiencia memorable radica en su capacidad de generar una **conexión emocional** y no puramente racional; y las conexiones emocionales conducen a resultados económicos”

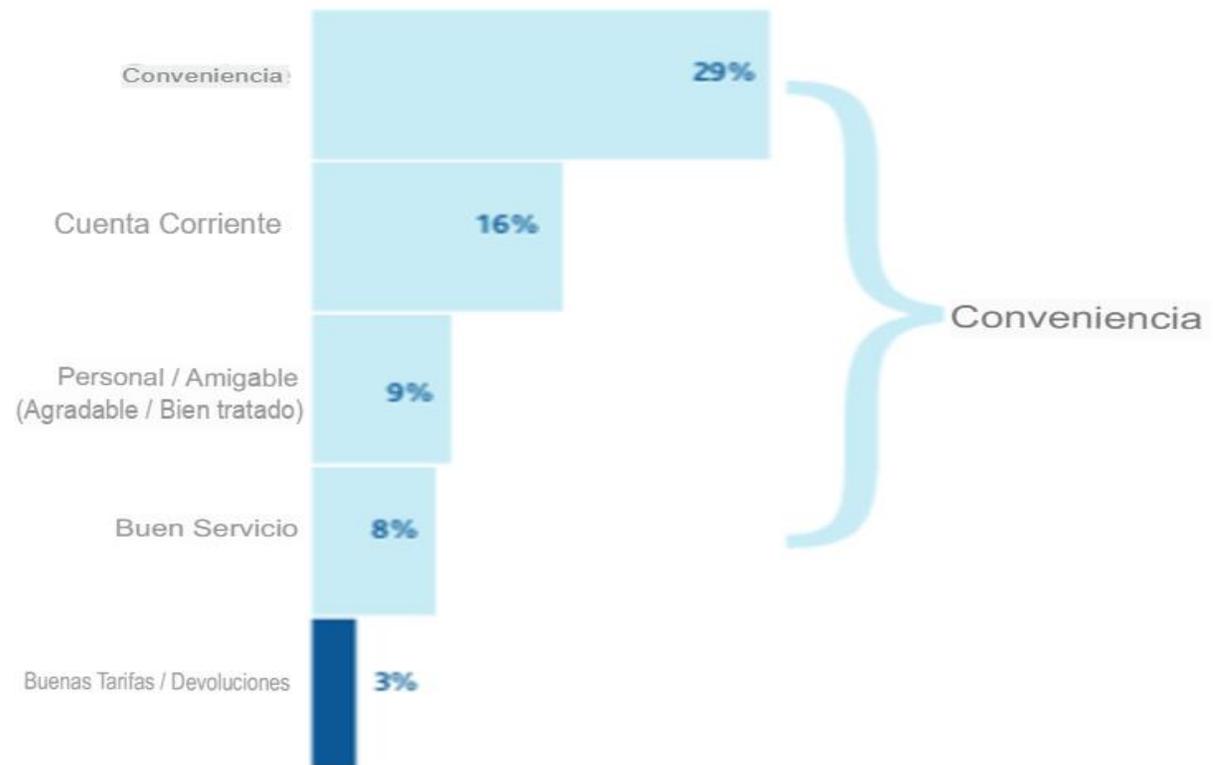
**Experiencia Memorable** = Cultura \* Diseño del Sistema

# Experiencia Memorabile

- Caso de Negocio -



## Preferencias de Clientes Bancarios de **US**



Source: ABA Banking Journal

Lo más importante  
al mercado objetivo



Menos importante  
al mercado objetivo

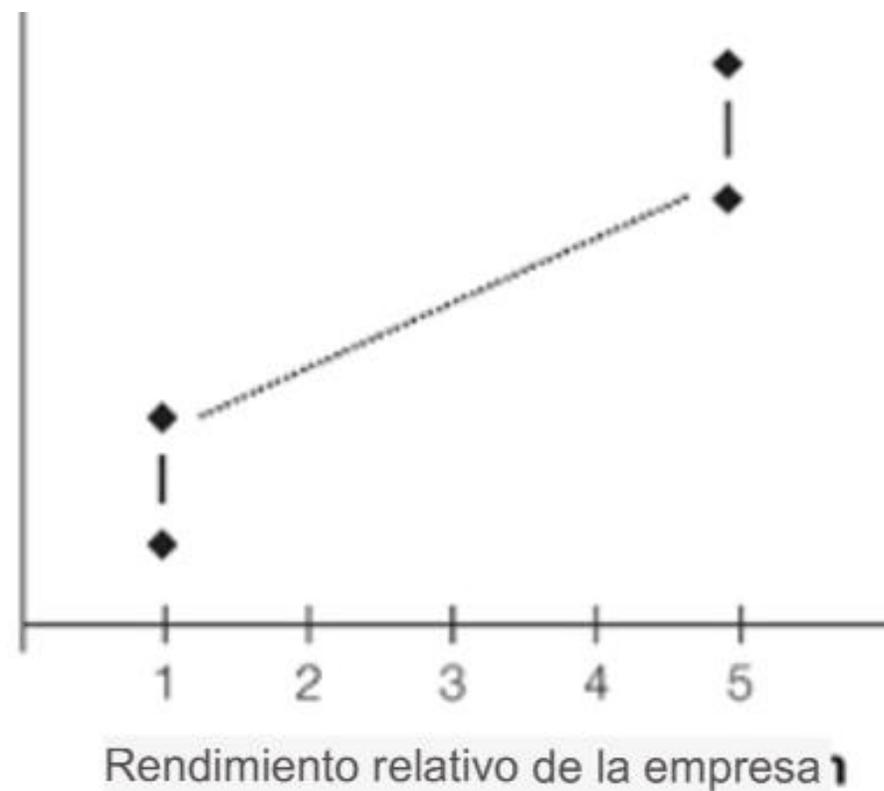
Conveniencia

Cliente  
interacciones

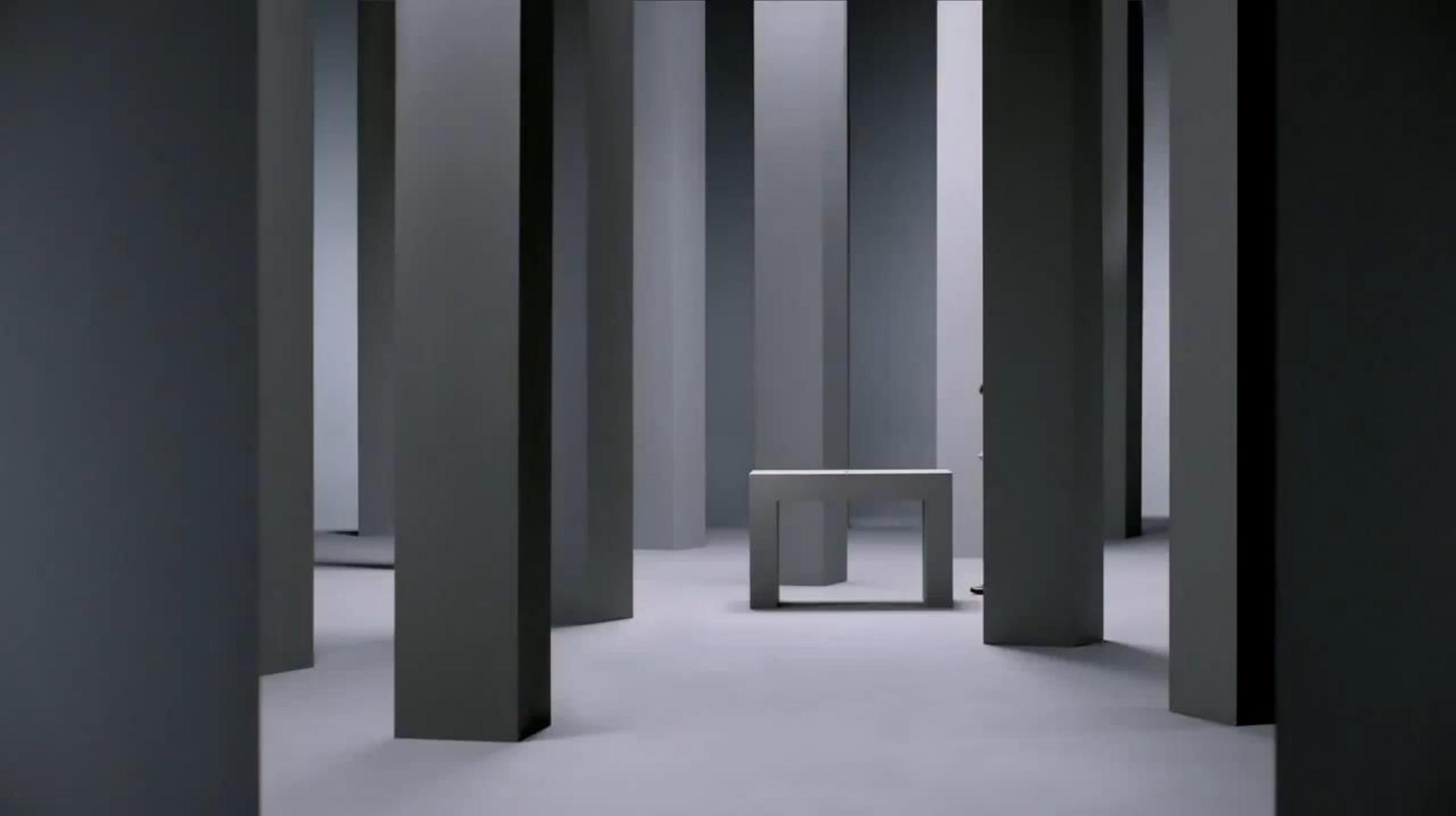
...

Gama de productos

Precio







# 3ª MEDICIÓN



Experiencia  
Ejemplar

Segundo semestre de 2019

2498

marketteam  
CULTURA DE CONOCIMIENTO

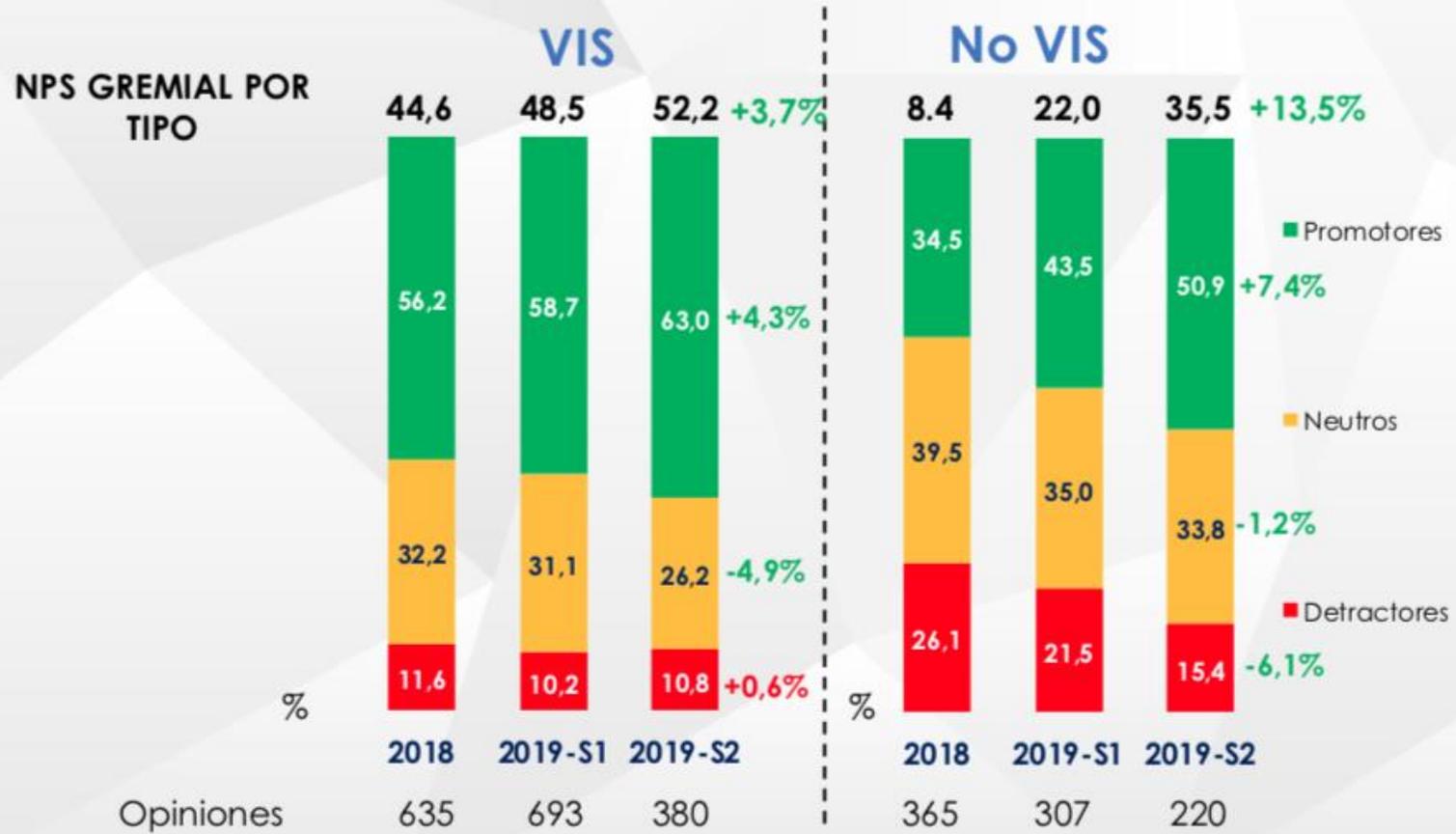


  
CAMACOL  
CÁMARA COLOMBIANA  
DE LA CONSTRUCCIÓN



Este proyecto se llevó a cabo cumpliendo con la norma internacional ISO 20252: 2012

## Se evidencia un crecimiento tendencial del indicador para todos los clientes, siendo más pronunciado este comportamiento con los clientes No VIS



**¡Satisfacción y lealtad son diferentes!**

**Entre el 60% al 80% de los clientes que se califican como satisfechos, terminan abandonando.**



**COMMODITY**



**PRODUCTO**



**SERVICIO**



**EXPERIENCIA**





EXPERIENCIA que  
QUIEREN

EXPERIENCIA que  
DISEÑAMOS



Todas las empresas necesitan fidelizar a sus clientes, sin embargo, muy pocas lo logran

**MÁS DEL 90%**

De las empresas incluye al “cliente” en su Estrategia.

**SOLO EL 50%**

Los escucha formalmente.

**MENOS DEL 20%**

Realiza planes de acción en base a hallazgos.

**APENAS UN 10%**

Asigna responsables

**UNA ELITE DEL 3% VUELVE CON SU CLIENTE Y  
TRABAJA LAS MEJORAS EN CONJUNTO.**

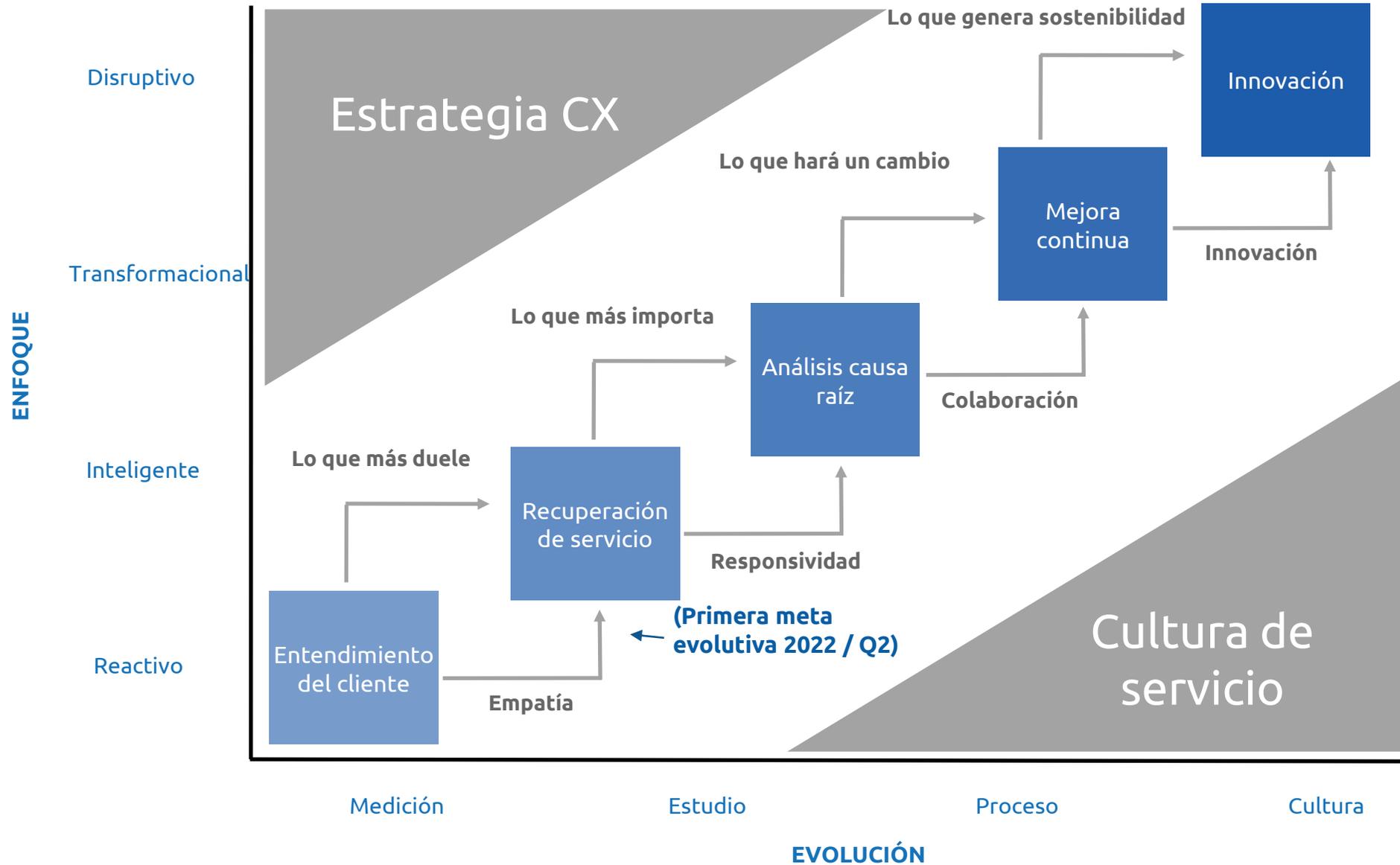
El problema más grande en la comunicación es la ilusión de que ha tenido lugar.

**“El 65% de las 200 principales empresas globales utilizan el NPS, pero pocas lo están haciendo correctamente.” – Fred Reicheld**



# \*Estrategia CX / Cultura del servicio

\*NOTA: Este es un ejemplo de matriz de 4 Grandes Competencias: Empatía-Responsividad-Colaboración-Innovación



**Hoy Veremos:**

**¿Hacia dónde va el Sistema NPS en un futuro cercano?**

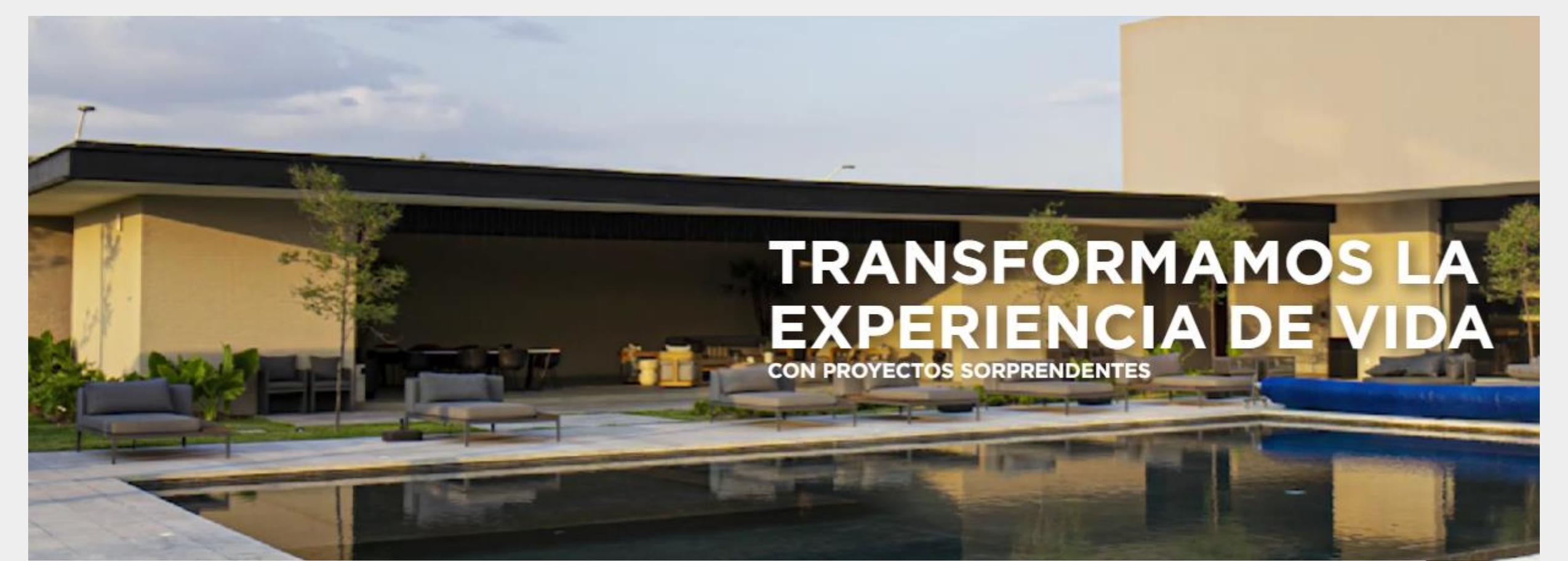
**Entrevista a Fred Reichheld,  
Autor Best Seller y Creador del NPS®**

**"Somos lo que hacemos repetidamente.  
La excelencia, entonces, no es un acto,  
sino un hábito."**

**- Aristóteles**

**“La Publicidad es el precio que se paga por un producto o servicio mediocre”**

**"Vemos a nuestros clientes como invitados especiales a una fiesta, y nosotros somos los anfitriones"**



# TRANSFORMAMOS LA EXPERIENCIA DE VIDA

CON PROYECTOS SORPRENDENTES

## EN TIERRA Y ARMONÍA LE DAMOS UNA NUEVA VIDA A LA CIUDAD Y SUS RESIDENTES

Somos una compañía mexicana con más de 40 años de experiencia, creando productos inmobiliarios de nueva generación, espacios de convivencia, de trabajo y vida.

Creamos comunidades planeadas con conceptos únicos, amenidades espectaculares y con ubicaciones privilegiadas para que nuestros clientes obtengan las plusvalías más altas del mercado.

**TYA**  
TIERRA Y ARMONÍA

opinat



## CAPITAL SUR

El Marqués, Querétaro

### Terrenos

**Desde: \$645,300.00** COP 151,168,077.65

**Desde: 99m<sup>2</sup>**

**Hasta: 220m<sup>2</sup>**

\*Aplican restricciones. Precio sujeto a cambio sin previo aviso.

Con una ubicación estratégica y gran conectividad al sur de la ciudad de Querétaro. Un desarrollo con una urbanización residencial, entorno y amenidades únicos en la región, rodeado de impresionantes áreas verdes y dentro de una comunidad sorprendente.



## CAPITAL SUR

El Marqués, Querétaro

### Casas

**Desde: \$1,405,000.00** COP 243,747,690.67

**Hasta: \$2,500,000.00** COP 585,650,386.05

\*Aplican restricciones. Precio sujeto a cambio sin previo aviso.

Con una ubicación estratégica y gran conectividad al sur de la ciudad de Querétaro. Un desarrollo con una urbanización residencial, entorno y amenidades únicos en la región, rodeado de impresionantes áreas verdes y dentro de una comunidad sorprendente.



## MARAVILIA

Guadalajara, Jalisco

### Departamentos

**Desde: \$2,200,000.00** COP 515,372,339.72

**Hasta: \$2,752,000.00** COP 644,683,944.96

\*Aplican restricciones. Precio sujeto a cambio sin previo aviso.

PRÓXIMAMENTE NUEVA ETAPA. Un desarrollo vertical dentro de Guadalajara con ubicación privilegiada a sólo 15 minutos del centro de la ciudad en una zona de gran plusvalía, con centro comercial, coworking y gimnasio.



## VENTURA

Zapopan, Jalisco

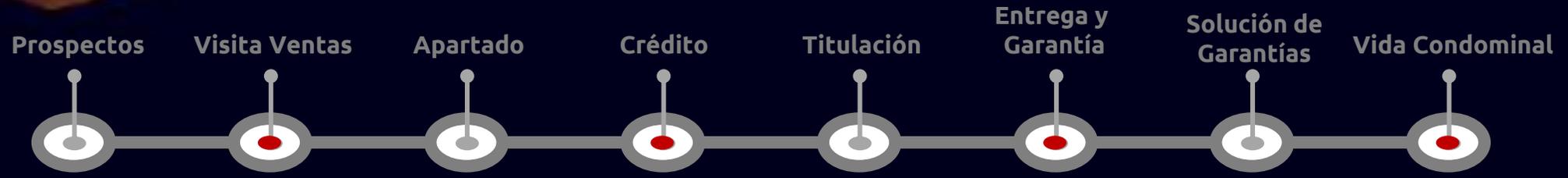
### Departamentos

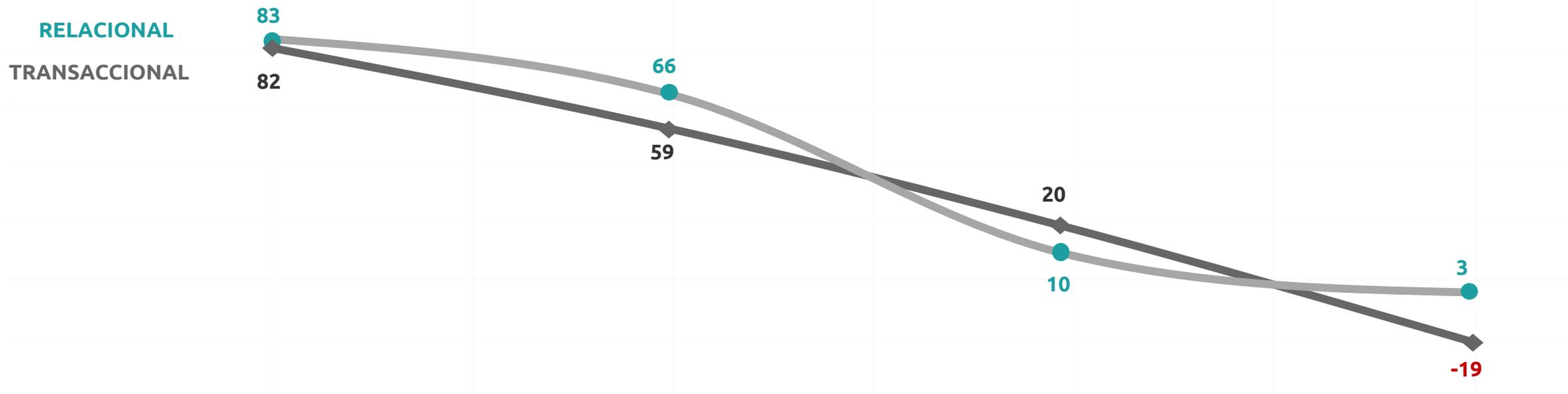
**Desde: \$3,066,000.00** COP 718,241,633.45

**Hasta: \$12,635,000.00** COP 2,959,877,051.10

\*Aplican restricciones. Precio sujeto a cambio sin previo aviso.

En el corazón de la Zona Real de Guadalajara. Un prestigioso proyecto inmobiliario de 9 torres diseñadas para cada estilo de vida.







## Valor de la marca

### ♥ DA SEGURIDAD AL CLIENTE

- Buena reputación
- Trayectoria reconocida
- Procesos robustos
- Sabe su negocio
- Entrega lo que prometió
- Logra mucho con poco esfuerzo
- Responde rápido

**ME RESUELVE**



## Ventaja competitiva

### ♥ GENERA AUTOESTIMA EN EL CLIENTE

- Disfruta Servir
- Atiende con gusto
- Parte desde el "SÍ"
- Conoce a fondo a su cliente
- Acepta a su cliente
- Es empático y sensible

**ME ENTIENDE**

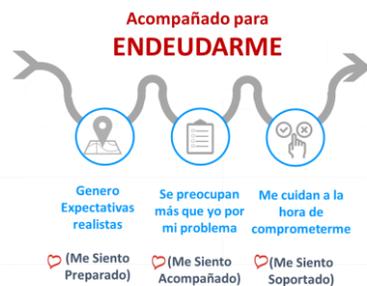
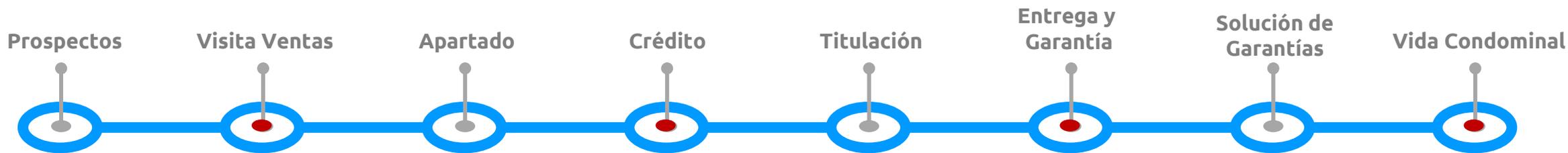


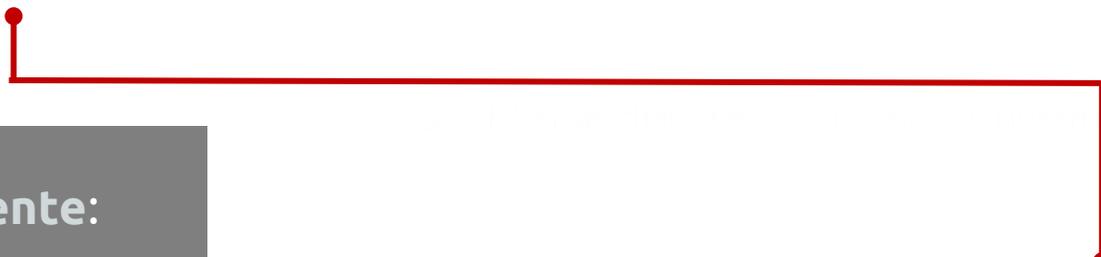
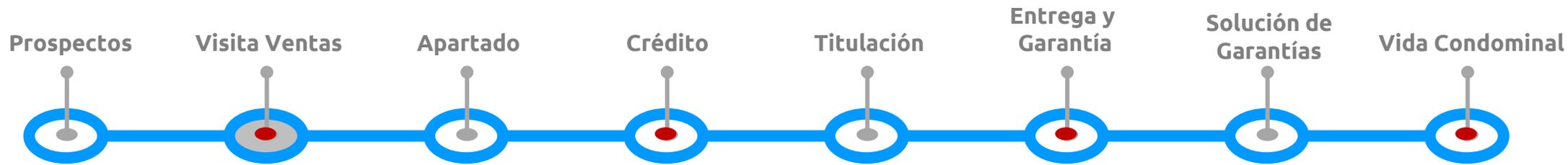
## Empoderamiento del cliente

### ♥ ELEVA LA CONSCIENCIA DEL CLIENTE

- Diagnostica
- Educa / Habilita con conocimiento
- Adapta la propuesta
- Me sorprende
- Propone

**ES INNOVADOR Y  
DISRUPTIVO**





La Misión del cliente:

**DECIDIR**

↓

Nuestra oportunidad:

**EMPODERARLO PARA DECIDIR**



«Por lo que veo que es una empresa muy buena, es por este tipo de llamadas que hacen, eso está estupendo, esta no es la primer llamada que recibo de tierra y armonía, eso para mí habla muy bien, les preocupa la experiencia al cliente y me confirma que estaba más o menos en los correcto».

« En mi experiencia hubo un detalle con el vendedor, tuvo un par de errores en los números de la oferta, en la cuarta visita, decidiendo ya mi casa, nos sentamos a ver número y hubo un error, porque a mí me pareció que no era la cifra, había un error y no a mi favor, pero cuando lo corrigió me dijo que ya lo había revisado, y cuando estaba preparando los documentos se dio cuenta de otro error, y si dije "qué onda", uno pues no hay "bronca", todos nos equivocamos pero dos, sí me saco de onda, no mancha la impresión de ustedes, pero eso no me pareció».

Después tuve otro detalle de este tipo, ya que habíamos firmado todo, y el gerente se comunicó para darme el seguimiento, después me habla y me dice que había otro error y que elevaba el precio, le dije que parece una broma de mal gusto, este vendedor me dijo que me devolvían el apartado, pero no se me hizo profesional, porque ya teníamos dos meses de investigación para esa casa, terminé hablando con el gerente de ventas, él muy amable y se encargó de mi caso, siempre muy amable».

«Otra cosa es que tienen un candi bar y eso dice muchísimo, te hace ver que todo está muy bien pensado, siento que hay alguien detrás viendo que todo está bien, las casas muestra están muy cerca de las oficinas, te dan una muy buena experiencia».

**Al final del día todo se basa en la confianza**, si hay algo que no me genere confianza no me animo, y como los fraudes inmobiliarios están a la orden del día... **me di cuenta que esta era una empresa en donde podría confiar**, lo veo en los empleados, veo en general a la gente que trabaja ahí como muy contenta, los veo con una buena actitud al cliente, comparado con otras experiencias que he tenido, la gente es servicial y atenta, la empresa cuida esos detalles y si cuida eso, seguro cuida todo lo demás.

También vi detalles, por ejemplo, en Adamar tienen bien montada la sala de atención al cliente, es seria y te transmite confianza, sabes que no es una empresa que viene y se va, detalles como cuando cuanto firmas te regalan tu botellita de José Cuervo y eso te dice mucho, tienen un slogan que te dice algo así como “disfruta cada día porque la vida es única, te venden la onda más trascendental, no como que te vendo y ya, yo tenía otra casa cerca de ahí y se me hace muy buenas casas



# El cliente es importante para TyA

«Con Wendy **muy buen servicio**, amable y comprensiva».

Brenda Montserrat Vázquez Pérez, SOMOS, Promotor (10)

«Que nos recibieron con una botella de agua, **eso me gustó muchísimo**... El vendedor estuvo al pendiente dando seguimiento es atento, tratando de siempre de darnos la mejor propuesta».

Marcos Alberto Delgado López , vista sur, Promotor 10

« Yo no doy la apariencia de la edad que tengo, no me quería atender ni tomar los datos y **la noté muy grosera** (Recepcionista)... No me gustó que además de que no me quería atender estuviera hablando por teléfono».

Francisco Paulino Bravo, Capital Sur, (Detractor 6)

«Al principio cuando llegue, el que me estaba atendido se portó “sangroncito” y lo reporté con la que me atendió en la llamada y cambio la actitud, hasta ahora sí me ha apoyado en muchas cosas...

... **Les recomiendo cambiar la actitud**, aunque las dudas las tenga la persona que no va a comprar».

Azucena Martínez Llamas, Vista Sur, (Detractor 6)



# Habilitamos al cliente para decidir mejor

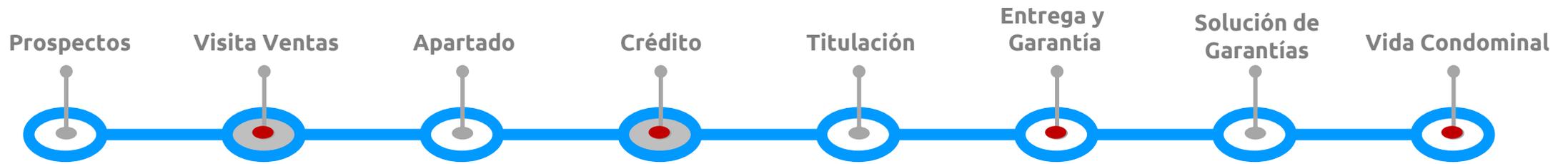
«El chico que nos atendió fue amable y explicó todo, nos hizo sentir cómodos, mi hijo le expresaba sus inquietudes y él nos decía lo que nos convenía».

**Teresa Sánchez Moreno, Las TERRAZAS, Promotora 10**

«Fenomenal, verónica nos dio toda la seguridad de comprar y que haríamos una muy buena inversión, todas las dudas me las despejó, me dijo como era el trámite de Fovissste, pagos, lo que ninguna otra inmobiliaria, ella lo hizo».

«Es de las personas con la que desahogas todo, se me hace la mejor vendedora».

**César Otoniel Romero, VISTA SUR, promotor 10**



La Misión del cliente:

1. HACER TRÁMITES
2. ENDEUDARSE



Nuestra oportunidad:

**ALIGERAR LA CARGA  
Y  
HABILITARLO PARA ELEGIR  
INTELIGENTEMENTE**

**Acompañado para  
ENDEUDARME**



**Genero  
Expectativas  
realistas**

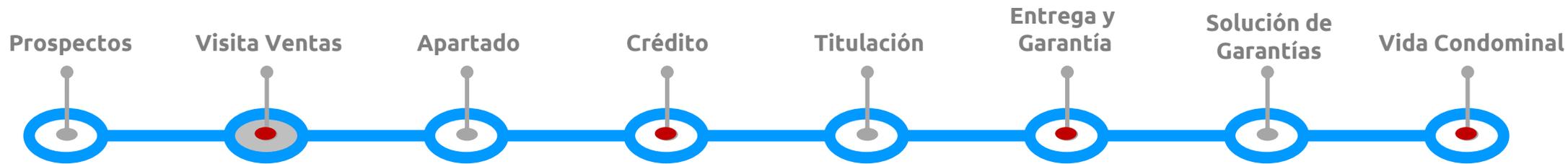
♥ (Me Siento  
Preparado)

**Se preocupan  
más que yo por  
mi problema**

♥ (Me Siento  
Acompañado)

**Me cuidan a la  
hora de  
comprometerme**

♥ (Me Siento  
Soportado)



La Misión del cliente:

**RECIBIR**



Nuestra oportunidad:

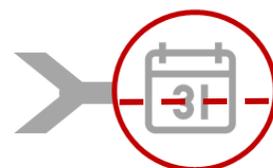
**CUMPLIR  
Y  
HACERLO  
MEMORABLE**

Demuestran su profesionalismo en la entrega

♥ (Entienden lo importante que es para mi ese momento)

Listo para **Disfrutar**

Entrega en tiempo



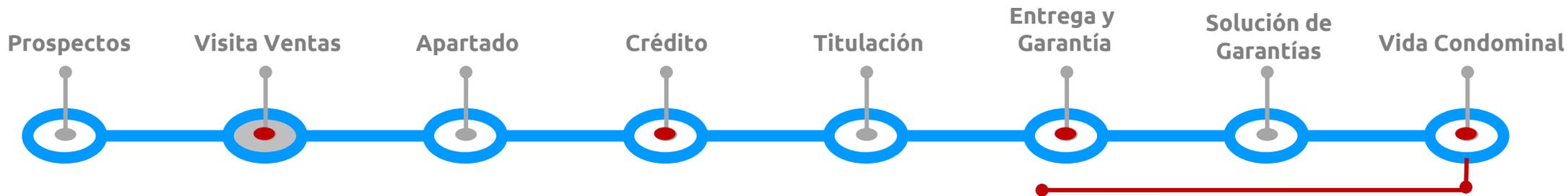
Son Solidarios conmigo



Entregan Bien y completo

♥ (Confirmando que TyA era la elección)

♥ (Me fallaron pero se hicieron cargo)



La Misión del cliente:

**VIVIR Y DISFRUTAR SU PATRIMONIO**

↓

Nuestra oportunidad :

**Proveer el ambiente Que le permita disfrutarlo**



Prospectos

Visita Ventas

Apartado

Crédito

Titulación

Entrega y  
Garantía

Solución de  
Garantías

Vida Condominal



100% clientes



30% clientes

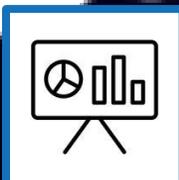
X excepción  
a detractores



En VIVO  
(Cierre de Ciclo  
CORTO)



TRIMESTRAL  
Cierre de  
ciclo  
largo



**“Los clientes se sentirán considerablemente más frustrados por la incapacidad de una organización en resolver un problema, que por el problema en sí mismo”**

“La **experiencia memorable** es responsabilidad de todos”



**Elon Reeve Musk**

Empresario, inversor y magnate sudafricano (también posee las nacionalidades canadiense y estadounidense). Con un patrimonio neto estimado en unos 207 mil millones de dólares en junio de 2023. Es la persona más rica del mundo según el índice de multimillonarios de Bloomberg y la lista de multimillonarios en tiempo real de Forbes.

Fundador, consejero delegado e ingeniero jefe de SpaceX, inversor ángel, director general y arquitecto de productos de Tesla, Inc. Fundador de The Boring Company; cofundador de Neuralink y OpenAI. Director de tecnología de X Corp.

## Net Promoter Score

One of the best places we can see this customer loyalty in clear numbers is in Tesla's Net Promoter Score, or NPS. NPS measures customer satisfaction by asking customers one question: "On a scale of 0 to 10, how likely are you to recommend this company/product/service to a friend?" Based on the scores given, a company's NPS could land anywhere between -100 to 100, where anything over 0 reflects more customers being satisfied than not. A score under 0 reflects the opposite.

Tesla boasts one of the highest Net Promoter Scores in the world with a [97](#), an almost perfect score in customer satisfaction. Tesla's focus on customer experience has paid off in a big way which is evident by this metric, and it's a metric that influences profit trends, as well as customer retention and customer churn. Tesla isn't likely to lose customers, even with some of its current financial troubles, and that should help it weather this storm, when every penny counts for them.

— — —



**Graeme Devine**  @zaphodgjd · 21 Jun 2018

@elonmusk I notice sometimes that my Model 3 audio is clicky. I've written a lot of streaming and sound engines for games and know that click well, it's a buffer error, you are starting the audio one sample read too early because you need to account for the one that's playing.

 10  4  193 



**Elon Musk** 

@elonmusk

Follow

Replying to @zaphodgjd

Thanks for the feedback, will investigate

8:41 PM - 21 Jun 2018

11 Retweets 441 Likes



 12  11  441 



## Santiago Álvarez



### LATAM Airlines

7 años 6 meses

Colombia

- **CEO LATAM Airlines Colombia**

Jornada completa

oct. 2017 - actualidad · 5 años 11 meses

- Manage full fledged operation with over 1.900 employees and 10 direct reports in sales, operations and support. ...

**Aptitudes:** Sustainability · Planificación estratégica · Liderazgo de equipos · Estrategia

- **Director Comercial Colombia**

mar. 2016 - sept. 2017 · 1 año 7 meses

- Responsable for sales, marketing and loyalty

- Team of 190 people with 4 direct reports...

EL TIEMPO

### EL TIEMPO Casa Editorial

11 años 1 mes

- **Gerente Ejecutivo de El Tiempo**

may. 2013 - feb. 2016 · 2 años 10 meses

**Aptitudes:** Newspapers · Team Leadership

- **Gerente Comercial / grandes cuentas**

ene. 2012 - abr. 2013 · 1 año 4 meses

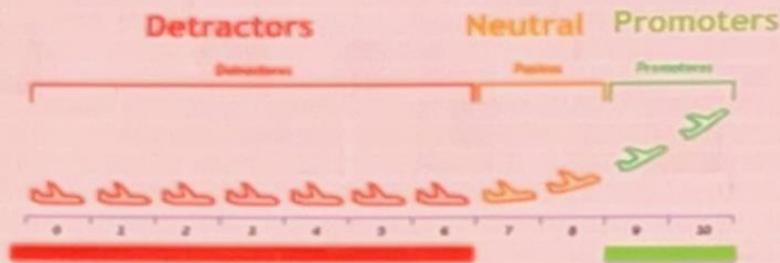
**Aptitudes:** Advertising

- **Director de Publicidad**

ago. 2008 - dic. 2011 · 3 años 5 meses

# LATAM usa el sistema de NPS para medir ejecución en los diferentes puntos de contacto y preferencia

Fórmula del NPS



$$\text{NPS} = \% \text{ (Promoters)} - \% \text{ (Detractors)}$$

## NPS Operacional (LATAM vs LATAM)

**56%** of flown customers receive the survey

**13%** answer the survey.

**~200k** surveys by month.

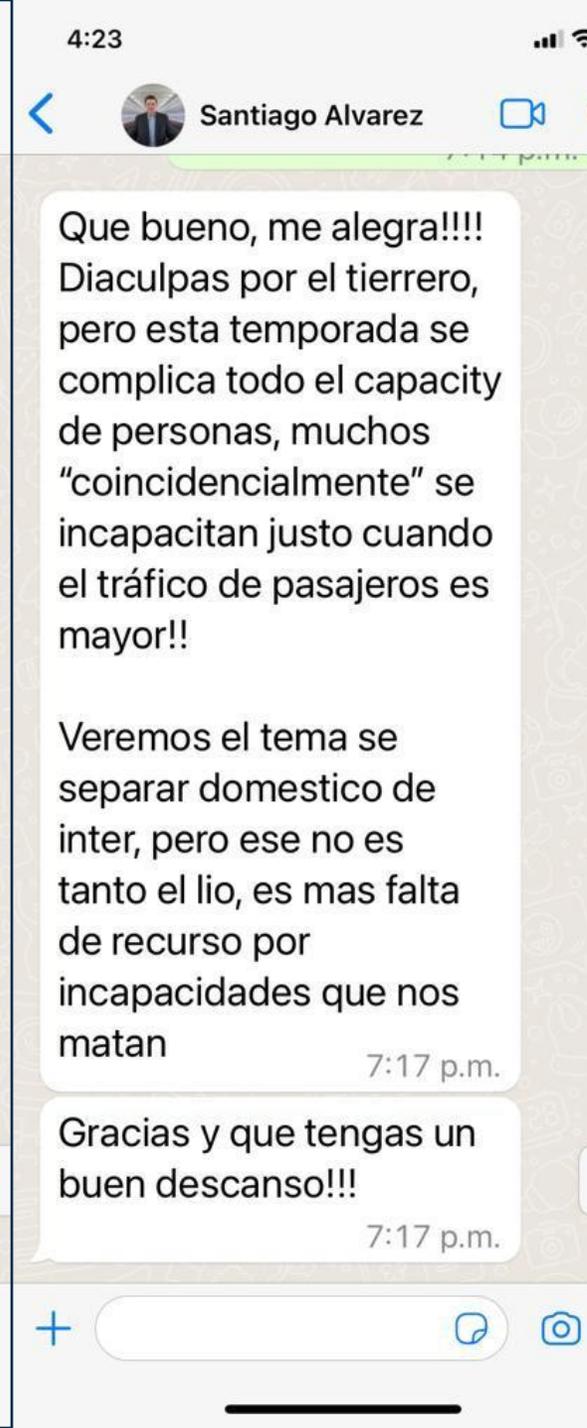
## NPS estratégico (LATAM vs Competencia)

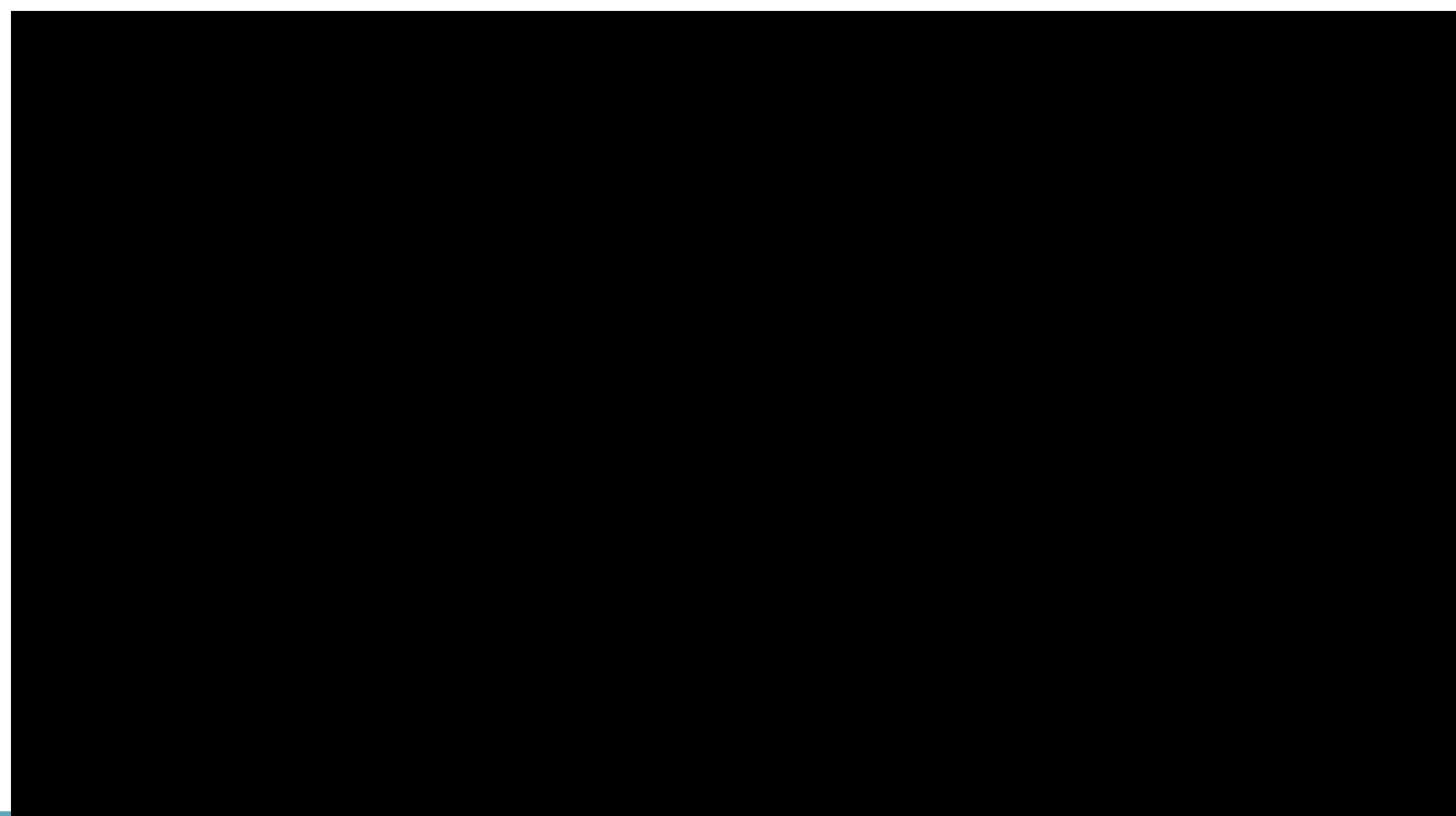
**30** Airlines measured

**20** Frequent flyer programs measured

**12** Satisfaction touchpoints









# ¡Gracias!

## **Mauricio Duarte**

Director General LATAM

+57 317 668 4782

[mduarte@opinat.com](mailto:mduarte@opinat.com)

<https://www.opinat.com/>



La experiencia del cliente  
empieza con la tuya

Trabajamos en todo el territorio nacional , LATAM y Europa.