



LLORENTE & CUENCA

Case Study
Customer Experience
Julio Alonso Caballero

Madrid, Septiembre

www.llorenteycuenca.com

Perfil de cliente



XXXXXXXXXX

Quién es:

XXXX es la Responsable de Brand PR de la operación en España una de las mayores compañías de refrescos del mundo. Ella lleva toda la vida en esta empresa. Entró como becaria y ha ido subiendo hasta ser considerada tanto por sus compañeros como por clientes como la futura responsable general de todo el área de comunicación y asuntos públicos.

Cómo es:

Ella es ambiciosa pero comedida. Le gusta destacar y tiene muy buena capacidad para descubrir lo que es bueno de lo que no. No se anda con rodeos, si le gusta hará todo lo posible para que salga, si no, no merece la pena insistir.

Ella es firme defensora de la compañía y al llevar toda la vida entiende mejor que nadie lo que encaja y lo que no.

Con los clientes es firme pero atenta. Nunca genera malestar salvo que sea algo necesario y siempre trata de buscar soluciones. No se regodea de los errores de la agencia y nos considera como su equipo.

En lo personal es distendida. Se puede tener una muy buena relación con ella. Es familiar y de hecho tiene jornada reducida aunque eso no afecta para que atienda el teléfono sea a la hora que sea. Acaba de ser madre de dos hijos

Qué quiere:

Quiere destacar con sus proyectos. Siempre son diferentes y destacan. Se sabe la siguiente candidata a ocupar el puesto de responsabilidad y no puede dejarlo pasar.

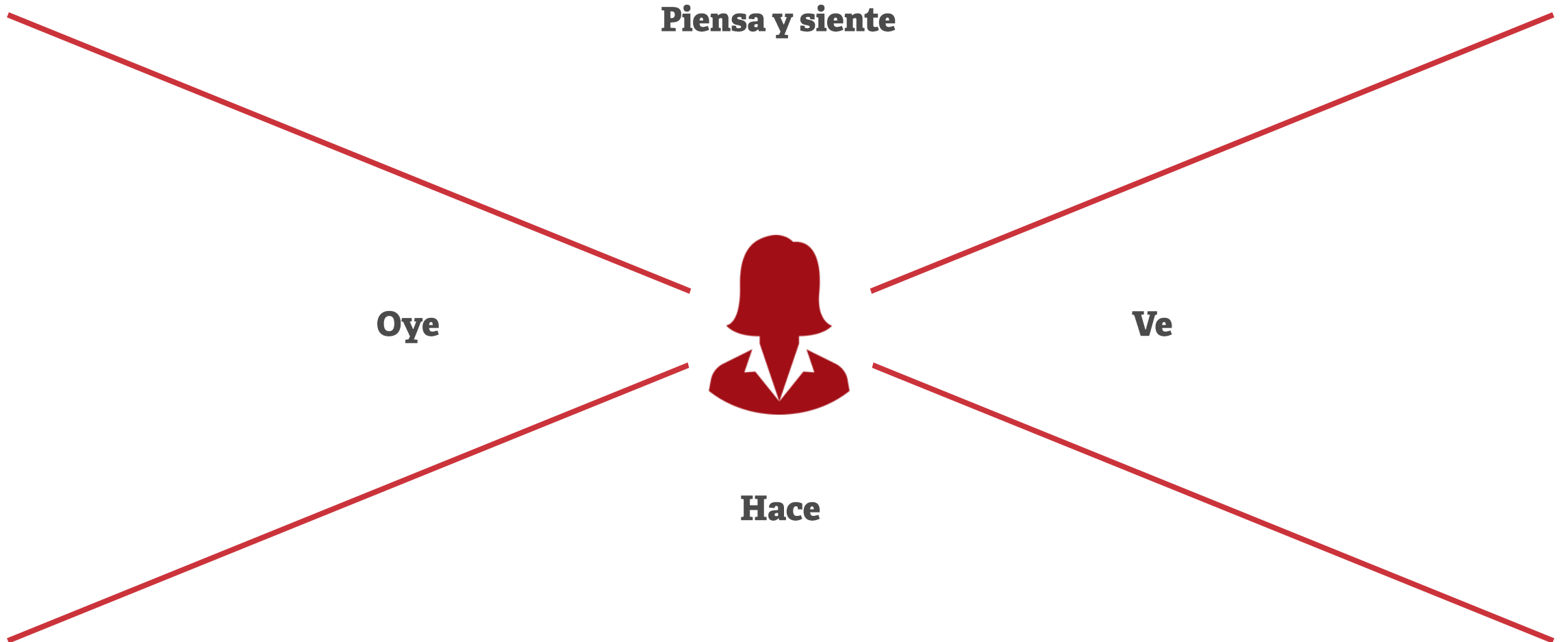
Qué le gusta:

Le gusta las cosas bien hechas y las cosas innovadoras. No le gusta lo convencional ni lo viejo. Aprecia la creatividad y el diseño.

Posibles expresiones

Si algo no le gusta: "Creo que esto no nos sirve. No ayudaría a conseguir lo que queremos"
Si algo le gusta: "Me gusta, hagámoslo"
Si quiere regañar: "Siendo sincera, esperaba algo más y mejor. Estoy decepcionada"

Mapa de Empatía



Mapa de Empatía

Piensa y siente

- Piensa que dentro de poco puede ser la sucesora
- Le preocupa hacer un buen trabajo y eso pasa por obtener buenos resultados y reconocimiento
- Quiere dejarse ver y que sus proyectos se vean
- Le importa la visibilidad interna tanto como la externa de la compañía
- Le inquieta la inversión sin obtención clara de resultados

- Tiene miedo de perder su posición dominante y su puesto de sucesión
- Tiene miedo de decepcionar con su trabajo debido a las altas expectativas. Esto genera presión adicional propia
- Trabaja mucho y tiene poco tiempo para la familia. Esto genera miedo y preocupación
- Le gustaría tener más tiempo para la familia pero le gusta su trabajo. Aun así dedica todo el tiempo que puede a la familia



Mapa de Empatía



Ve

- Un entorno complicado pero controlado. Con muchas voces y muchas luchas internas
- Ve afecto y preocupación por nuestra parte en los proyectos con ella
- Ve un buen trato por parte de todos
- Ve un lugar que le gusta, en el que todo es conocido, y que le aporta tranquilidad.
- Ve crecer a sus hijos pequeños pero tal vez le gustaría estar más con ellos
- Ve cada poco tiempo muchas ideas y necesita saber diferenciar las buenas de las mediocres
- Ve que necesita el apoyo de otros departamentos para hacer sus ideas grandes y en ocasiones no lo consigue.

Mapa de Empatía



Hace

- Todas las grandes acciones que hace debe ser diferente y novedoso
- Compensa grandes acciones diferentes con el PR tradicional que entiende como necesario
- Controla bien los equipos, tanto internamente como externamente
- Tiene muy buena relación y buen trato con nosotros y con el resto de proveedores aunque otros equipos le tienen respeto
- Demuestra su afecto con palabras o actos como invitarnos a comer para celebrar algo
- Tiene actitud de control pero correcta
- Es conciliadora e integradora con todos los equipos aunque sabe cuando imponerse
- Propone siempre cosas nuevas internamente y para ello necesita de ideas
- Quiere cambiar y modernizar cosas que ve que estén mal

Mapa de Empatía

Oye

- Recibe elogios y buenas palabras. Esto le provoca cierta presión por mantener el nivel
- Recibe también críticas y frenos de gente que no quiere aportar todo lo que podría.
- Sus jefes dicen que es muy buena y por tanto debe mantener el nivel
- Sus amigos le dicen que es divertida y simpática
- Las personas influyentes la tienen siempre en cuenta



PROPUESTA DE VALOR

Actual

Desde nuestro departamento ofrecemos CAMPAÑAS DE BRAND PR con una dosis creativa cercana a las agencias publicitarias. Este toque diferencial le aporta lo necesario para destacar y para obtener resultados sorprendentes.
Entregamos una propuesta integral que permite despreocuparse y facilitarle el trabajo y su día a día.

Aumentar Satisfacción / fidelizar

Ofrecemos campañas de BRAND PR con dosis creativa cercana a las agencias publicitarias, a partir de investigaciones previas, que nos permitan apelar directamente a los objetivos estratégicos de la marca. Podemos trabajar de la mano con la compañía en la construcción inicial de los programas más allá de la simple difusión.
Propuesta integral de programas y de plan de comunicación para despreocuparse.

Aumentar Ingresos

Ofrecemos campañas de BRAND PR con dosis creativa cercana a las agencias publicitarias, a partir de investigaciones previas, que nos permitan apelar directamente a los objetivos estratégicos de la marca. Estos programas son programas estables en el tiempo que permiten no sólo profundizar en la relación con los stakeholders sino alargar el mensaje de la marca en el tiempo. (Aumento de proyectos de meses a años)
Propuesta integral de programas y de plan de comunicación para despreocuparse.

LLORENTE & CUENCA

