

LLORENTE & CUENCA



Gestión de Empresas de servicios profesionales

Módulo V – Customer Experience

Beatriz Moreno García

Madrid, septiembre 2018

www.llorentecuenca.com



Perfil de cliente – Sector de la restauración

PERFIL



- Pepita Pérez
- 37 años
- Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales
- Compañía de restauración líder
- 10 meses en el puesto y 13 años en la profesión
- Licenciada en Ciencias Políticas y Sociología

DESCRIPCIÓN DEL PERFIL

- Ha trabajado en varias agencias de comunicación competencia de LL&C
- Durante los últimos 7 años estuvo trabajando en el sector farmacéutico
- Considera más relevante de su puesto la parte de relaciones institucionales que la de comunicación
- Confía en las agencias con las que trabaja y en concreto en LL&C
- Su equipo consta de una persona que lleva veinte años en la compañía y otra que se ha incorporado hace un mes

PROBLEMAS PERCIBIDOS

- Empresa poco activa en comunicación corporativa 
- Multinacional que depende en muchas ocasiones de la aprobación de global y debe reportar siguiendo unos estándares fijados igualmente para todos los países 
- Sistema de franquiciado que huye de exponerse. Se frenan muchas iniciativas 

NECESIDADES

- Quiere elevar el papel del Dircom en la jerarquía de importancia de la compañía
- Necesita un proyecto emblemático liderado desde su departamento que le dé visibilidad en la compañía y también a nivel global
- Posicionar al CEO recién llegado a la compañía

Mapa de empatía

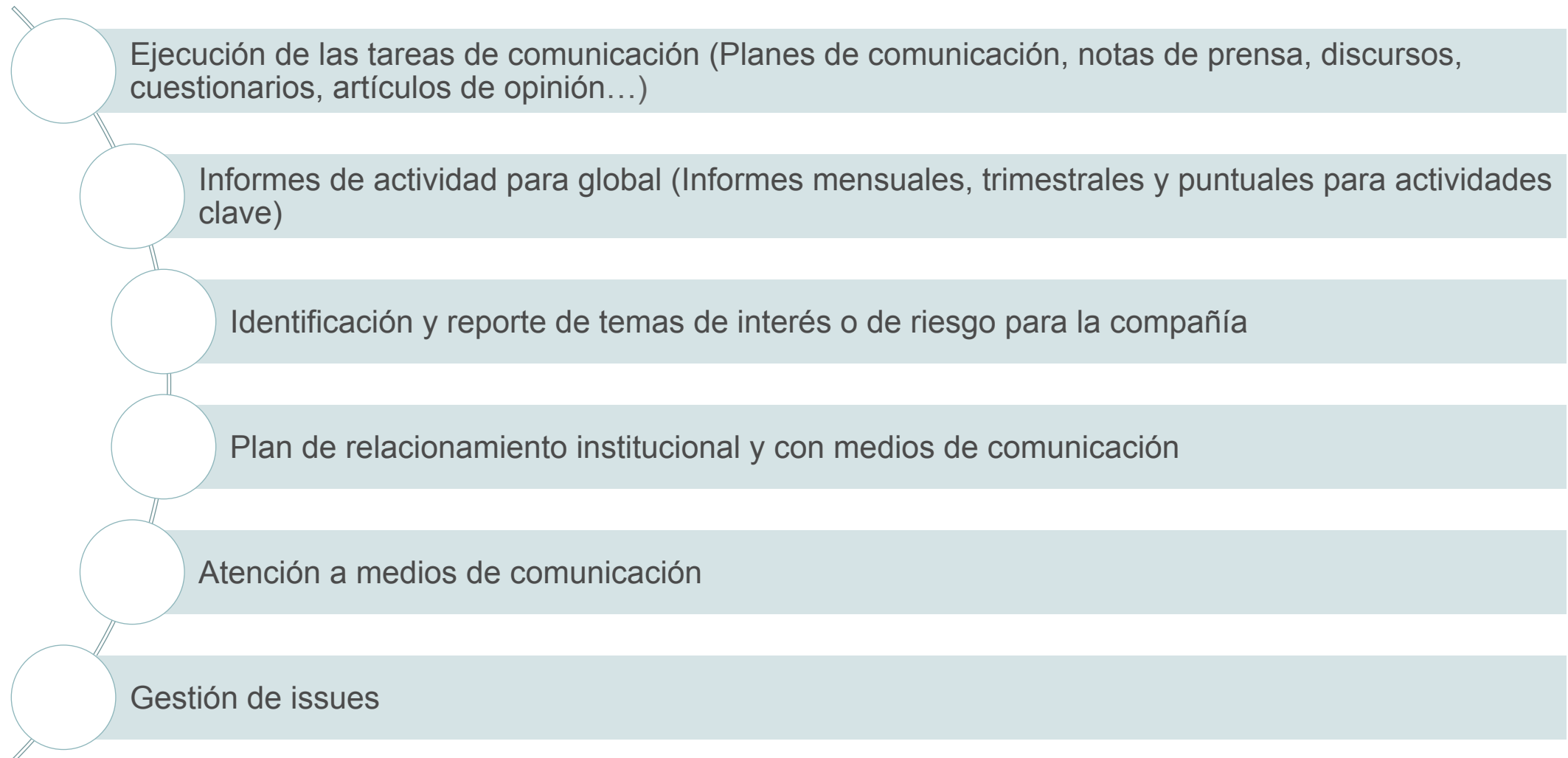


Consideraciones preliminares

Tras estudiar el perfil del cliente y su mapa de empatía se observan las siguientes cuestiones:

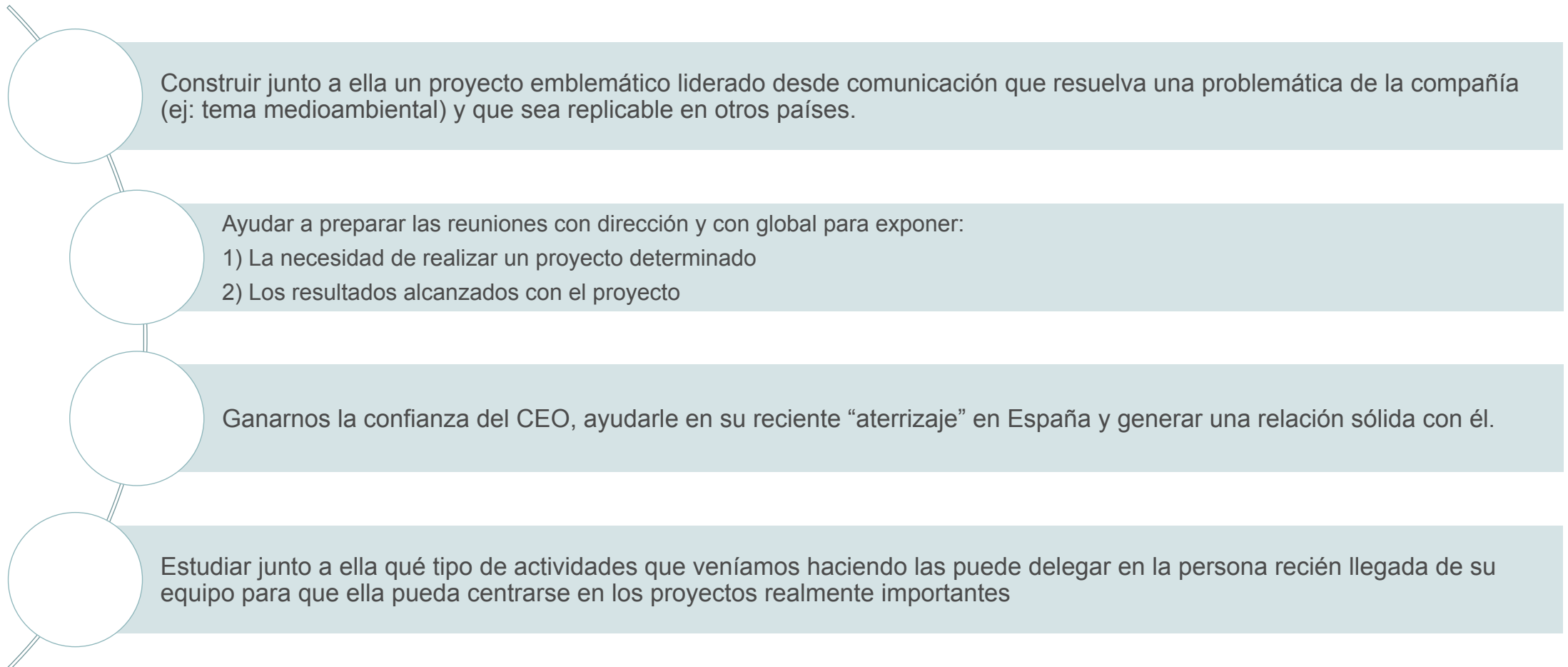
- 1 Nos encontramos ante un cliente que tiene ganas de hacer cosas pero se encuentra bastantes barreras (la estructura de franquiciado de la compañía, los trámites a los que se enfrenta por ser una multinacional...).
- 2 Lleva poco tiempo en la compañía y al venir de un sector diferente tiene algunas carencias que aún debe trabajar.
- 3 Internamente no tiene un equipo sólido: lo forma una persona que lleva toda la vida en la compañía y que no acepta fácilmente el cambio y otra persona que se acaba de incorporar y necesita un periodo de adaptación. Sin embargo, confía en LL&C y nos toma como parte de su equipo, lo que es positivo.
- 4 Quiere darse a conocer en la compañía y llegar alto, sin embargo, el equipo de comunicación está a la sombra del de marketing. Necesita un proyecto estrella que le ponga en el punto de mira.
- 5 Además, recientemente se ha incorporado un nuevo CEO a la compañía, lo que supone una oportunidad para ella que puede ayudarle en su posicionamiento externo con medios e instituciones y ganarse en su confianza.

Propuesta de valor actual



Nueva propuesta de valor

La clave: Centrarnos más en su posicionamiento personal dentro de la compañía además de continuar haciendo las tareas del día a día



Conclusiones

- 1 Tenemos al cliente satisfecho con la actividad realizada hasta el momento, debemos seguir en la misma línea.
- 2 Sin embargo, debemos ampliar nuestro scope of work incluyendo en nuestra actividad diaria un plan de actuación para su posicionamiento personal dentro de la compañía.
- 3 Debemos detectar un proyecto emblemático que dé visibilidad dentro de la compañía al departamento de comunicación y por ende a nosotros.
- 4 Nosotros también podemos tomar como una oportunidad la llegada del nuevo CEO, ayudándole a ella en su posicionamiento pero también manteniendo un contactor directo con él y poniéndonos a su disposición.

