



LLORENTE & CUENCA

Caso de Estudio: Costumer Experience

Septiembre 2018

www.llorenteycuenca.com

Índice

- Perfil de Cliente
- Mapa de Empatía
- Identificar la propuesta de valor actual
- Nueva propuesta de valor

Perfil del Cliente

Perfil



- Sara Pedrola
- 36 años
- Directora de Comunicación
- Banco Sabadell
- 6 meses en el puesto, 3 años en la compañía. Anteriormente era periodista del sector
- Master en Administración de Negocios

Descripción del Perfil

- Experta en desarrollo de contenidos
- Recientemente ha sido promovida a la dirección de comunicación después de dos años como gerente
- Aspira a ser reconocida como una profesional relevante dentro de la empresa
- Objetivo es continuar con una estrategia que funcione y no le de muchas complicaciones
- Ha trabajado con LL&C 3 años, nos percibe como aliados y año con año hemos ampliado el portafolio de servicios.
- Dentro del círculo de confianza del CEO

Problemas Percibidos

Falta de comunicación con el resto de compañía



Escaso posicionamiento dentro de la organización



Monotonía en las actividades de comunicación



Necesidades

- Continuar delegando en sus consultores que piensen por ella las necesidades de comunicación del Banco.
- Ayudar a la empresa en la gestión de riesgos y crisis ante la nueva apertura de banca móvil para personas.
- Quiere crecer su equipo, que hoy consta de dos personas.
- Construir una red de contactos propia con los periodistas de influencia en el mercado.

Mapa de Empatía

¿Que piensa y siente?

- Pasión por el periodismo.
- Le gusta mucho vivir en el país, México le apasiona.
- Le encanta explorar nuevas opciones y plataformas periodísticas.
- Le mueven las tendencias en periodismo
- Le preocupa su posicionamiento en la compañía,
- Desea volverse indispensable y relevante para las otras áreas.
- No se ha logrado posicionar al banco como a ella le gustaría.
- Le importan los medios, y el manejo de crisis.
- Al ser reportera, tiene un sesgo muy orientado al periodismo y medios de comunicación y rara vez explora otras alternativas y canales.

¿Que oye?

- Que LL&C siempre ha conseguido los objetivos de comunicación que se plantea el banco.
- Mucha preocupación sobre los asuntos operativos del banco.
- Los colegas piensan han dejado de priorizar el posicionamiento.
- La importancia de la gestión de crisis.
- Colaboración para la comunicación con atención al cliente.

¿Que ve?

- Su equipo es reducido.
- Que los dos directores más relevantes la valoran.
- Tendencias periodísticas con reportajes a
- La relevancia de los temas políticos y sociales.
- La necesidad del posicionamiento interno,
- Que carece de credibilidad entre sus pares.
- Su trabajo ha perdido relevancia frente a otras áreas de la organización.
- La importancia de la planeación y la estrategia.
- Las otras áreas no le comparten la información relevante y no la involucran en sus procesos.



¿Que dice y hace?

- Valorar a LL&C como su asesor de comunicación
- Dice que es la última en enterarse.
- Gestiona delegando el trabajo.
- Aparece cuando la situación es urgente o compleja.
- Comparte poca información.
- Trabaja en temas de ejecución del día a día.
- Visión a corto plazo.
- Lee medios digitales con reportajes, crónicas, etc.
- No sabe desenvolverse en los momentos de trabajar bajo presión

Propuesta de valor actual

El objetivo durante 2017 ha sido iniciar la venta de productos de la firma tras un incremento de 30% al cierre de 2016.

Gestión de un gabinete de prensa efectivo y construcción de identidad digital de los ejecutivos para posicionarse como un actor relevante en el sector

Nueva propuesta de valor

El objetivo de cara a 2018 es incrementar el fee mensual un 20% y ampliar la recurrencia de compra de otros servicios de la firma.

Gestión de riesgos y amplificar los espacios de conversación a través de un programa de relacionamiento multi stakeholder.

Esto se desarrollará a través de una plataforma digital que mapee los proyectos y stakeholders más relevantes para la organización midiendo la valoración hacia la compañía y construyendo una agenda de trabajo respecto a cada stakeholder crítico, anticipando riesgos.

LLORENTE & CUENCA

