

# Customer Experience

ADVISORY



Hoy la experiencia del cliente, es la nueva línea de cara a la competencia para conquistar a los clientes de hoy. En esta era digital, los clientes felices, pronto se convierten en potenciales defensores de su negocio.

## ¿Cómo podemos ayudarlos?

Para ayudar a que su negocio se centre más en el cliente, llevamos la "voz del cliente" al corazón de su toma de decisiones.

Usando métodos y herramientas combinados por nuestros expertos, podemos ayudar a diseñar mejores experiencias para sus clientes.



Actualmente vivimos en la era del cliente. Los clientes no se conforman solo con comprar un producto, sino que las personas buscan establecer **vínculos más profundos con las marcas**; los cuales son el resultado de sus vivencias, emociones y recuerdos que han tenido con estas a lo largo de su vida.

La experiencia que tiene el cliente, en el momento de recibir un producto o servicio, es el nuevo campo de batalla en el cual las grandes empresas **marcan la diferencia entre sí**, lo cual a la larga les brindará más credibilidad y rentabilidad.

Por ello, desde KPMG identificamos las mejores prácticas a nivel global, historias de casos en los principales sectores e industrias, el desarrollo de metodologías y herramientas para respaldar una experiencia del cliente (Customer Experience – "CX") que sea exitosa y que genere un impacto positivo en las organizaciones.



**Una comprensión profunda de la mente del cliente y sus necesidades en evolución.**



**Conocimiento y experiencia de las nuevas tecnologías y enfoques.**



**Dominio de los seis pilares de la experiencia del cliente.**



**Orquestación y conectividad a través de su ecosistema de socios.**

*"En nuestro trabajo aplicamos un enfoque integral, lo que nos permite ir más allá de la experiencia del cliente como tal, ayudando a las empresas a entender cómo impulsar los resultados a través de mejores experiencias."*

## ¿Cómo podemos ayudarlos?

Nuestro enfoque comprobado combina la ciencia y el arte del diseño del servicio e implementa las mejores prácticas de nuestro Centro de Excelencia de Experiencia del Cliente.

Así, uno de los principales objetivos de KPMG en cuanto a CX es mostrar a las empresas una radiografía de la percepción de los consumidores sobre su experiencia con las principales marcas. A partir de ello, mostramos la forma en que todas estas distintas interacciones se pueden convertir en experiencias positivas para el cliente.

Contamos con equipos de habilidades multidisciplinarias que nos permiten una mejor comprensión de lo que quieren los clientes, para así poder acompañar a las empresas en el camino del desarrollo de excelencia en la experiencia del mismo. Para determinar qué es lo que está atrás del comportamiento y de las decisiones de los clientes.

A eso es lo que apostamos por comprender, y para ello utilizamos distintos enfoques y metodologías, que nos permiten visibilizar las distintas dimensiones de las elecciones de los clientes. Una de nuestras principales herramientas que nos ayudan a entender los componentes máximo de la satisfacción de los clientes es el KPMG Nunwood framework, el cual está compuesto por un barómetro de 6 pilares: Empatía; personalización, tiempo y esfuerzo, expectativa, resolución, integridad.



### Mayor información

Contactar a:

**José Luis Najarro** Socio  
[jl Najarro@kpmg.com](mailto:jl Najarro@kpmg.com)

**Eliana Barrantes**  
Directora  
[ebarrantes@kpmg.com](mailto:ebarrantes@kpmg.com)

Av. Javier Prado Este 444,  
Piso 27, Lima 27, Perú  
Telf. 51(1) 611 3000

**KPMG en Perú:**

