

Caso Eikon Categoría: 19 Relaciones con los Consumidores

Campaña: Experiencias Mágicas, 2023

Compañía: Easy S.A (Holding Cencosud)

Áreas que desarrollaron el plan:

Marketing Institucional y Sostenibilidad

Personas responsables:

Natalia Torrent, Sebastian Daza

1. Introducción:

En Easy creemos que existe una gran diferencia entre una casa y un hogar. Mientras una casa se refiere a una edificación pensada para ser habitada y construida de materialidades, tales como: ladrillos, madera y cemento; el hogar se describe como el espacio emocional que brinda calma y seguridad. Un lugar que trasciende el aspecto físico y tangible para albergar lo que somos, sentimos y soñamos. Y pese a que para muchos esto podría ser una diferencia puramente conceptual, para nosotros se transformó en la clave para construir nuestra propuesta de valor, estrategia de negocios y visión organizacional. Este caso se trata de este último aspecto.

Experiencias Mágicas nace para marcarse como un referente en atención para sus invitados (clientes) de la industria gracias a su compromiso constante con la excelencia en su servicio. Sabemos que una buena asesoría marca la diferencia ante clientes que se dirigen a Easy a comprar muchos elementos de los cuales no son expertos y la asesoría resulta fundamental.

Por lo mismo, nuestra misión es ofrecer una atención diferenciadora que no solo satisfaga las expectativas, sino que las supere con creces. Este enfoque nos permite no solo mantenernos a la vanguardia en nuestro sector, sino también buscar distinguirnos de nuestra competencia.

Cada interacción con nuestros invitados se convierte en una oportunidad para crear una experiencia satisfactoria. Nos esforzamos por sorprender y deleitar a nuestros clientes, superando sus expectativas en cada paso del camino.

2. Propuesta / Enunciado de campaña:

La campaña se realizó de manera interna para todos los colaboradores, dando a conocer el proyecto y su importancia, así como también reforzando todos los pasos a seguir para lograr una experiencia mágica en nuestros clientes. Es importante destacar que detrás de este proyecto existe toda una estrategia de gestión del cambio, en donde se destaca una conversión a un nuevo modelo de atención adoptado por la compañía. Seguido de esto, se realizó toda una identidad visual en torno a la campaña para que fuese reconocida y lograr su adherencia de una manera más amigable, como también realizando diferentes piezas para lograr comunicar de manera eficaz a los colaboradores.

Objetivo de la Campaña:

“Entregar experiencias diferenciadoras en la atención de los invitados”.

En Easy, creemos fielmente que nuestro hogar (tiendas), somos más que vendedores, somos anfitriones para clientes, a quienes nosotros llamamos invitados. Buscamos ser expertos en solucionar y entender sus necesidades. Es por esto que, es fundamental

entregar una atención inigualable para cada uno, que sea personalizada, distintiva y especial.

Experiencias mágicas busca un cambio en la gestión de atención y experiencia de nuestros clientes. Por lo mismo, como primer paso tuvimos que crear conciencia de este nuevo modelo entre nuestros colaboradores, para luego generar entendimiento y compromiso, hacer ver la importancia de adoptar esta nueva manera de relacionamiento. El proyecto nace desde la Gerencia de Servicios y desde su implementación se empezó a premiar y reconocer a las tiendas con los mejores índices.

Tenemos 3 etapas:

1. DERIVAR:

El responsable es el Vendedor Reponedor que está en la entrada de la tienda. Su rol es estar atento al ingreso de clientes, saludar y preguntar qué buscan.

Características:

PDA/Frecuencia: La PDA es un dispositivo que usan todos los colaboradores para poder comunicarse. En este caso es indispensable pues una vez detectado lo que necesita el cliente, se debe derivar al pasillo correspondiente, en donde a través de la PDA, se comunicará con el colaborador encargado de este, indicando que hay una persona en busca de X producto.

Detectar invitados que requieran de asesoría, una vez realizado el contacto con el cliente en la recepción de a tienda, se deriva al lugar correspondiente. EJ: Pasillo 30, grifería.

2. CONFIRMAR

Es necesario que el vendedor reponedor que recibirá al cliente: (Ej vendedor PDA: “recibido, Juan”). Es decir, una vez que el colaborador de la entrada haga la derivación, el colaborador que se encuentra en el pasillo correspondiente, confirme el recibido.

3. ABORDAR

Es muy importante que el vendedor que aborde al cliente, mencione el producto que el cliente está buscando con el fin de que sienta que esta experiencia es mucho más personalizada.

Ejemplo Script:

“¡Hola!¿usted está buscando silicona? (reemplaza el ¿qué necesita? De nuestro script estándar).

¿Para qué lo necesita? Yo lo ayudo.”

Acá es cuando parte el rol clave de asesoría y vínculo, en donde el colaborador ayuda a nuestro cliente a encontrar la mejor solución que se adecúe a lo que necesita.


 Comunicaciones Internas

dar experiencias mágicas

es de easylo

Día a día miles de invitados son recibidos en nuestros locales con un servicio de excelencia.

Para mantener esta calidad, implementamos **Experiencias Mágicas**, una modalidad de **tres pasos** que debes seguir, donde tú eres el punto de partida.

1 

Derivar +

Detectar invitados que requieran de asesorías:

Esperar que el invitado se aleje para derivar

Describir su vestimenta

Indicar qué es lo que busca

Anunciar por la PDA como: "Código M"

2 

Confirmar +

El vendedor que recibe debe responder a su par de la entrada a través de su PDA, con "Recibido".

3 

Abordar +

Es importante siempre dar el primer paso abordando a los invitados, sin olvidar mencionar el producto que están buscando

Los beneficios que buscaba entregar esta campaña giran en torno a:

1. **Diferenciación Competitiva:** Nos esforzamos por destacarnos en un mercado saturado, ofreciendo un servicio único y memorable.
2. **Diferenciar nuestra identidad en el servicio:** El compromiso con la excelencia en el servicio refleja nuestra identidad como marca, que se preocupa genuinamente por el bienestar y la satisfacción de nuestros clientes.
3. **Entregar experiencias sorprendentes:** Buscamos crear momentos inolvidables para nuestros clientes, sorprendiéndolos con detalles y servicios que excedan sus expectativas.
4. **Fidelizar a nuestros clientes:** A través de Experiencias Mágicas, no solo buscamos satisfacer a nuestros clientes, sino también cultivar relaciones duraderas basadas en la confianza, la satisfacción y el aprecio mutuo.
5. **Rescatar oportunidades de venta:** Reconocemos que cada interacción con nuestros clientes es una oportunidad para fortalecer nuestra relación con ellos y lograr impulsar ventas.

En resumen, Experiencias Mágicas es más que una campaña; es nuestro Modelo de Servicio expresado como una promesa de ofrecer una distinción y compra diferente, que convierte cada visita a Easy, en una experiencia verdaderamente mágica.

3. Desarrollo / Ejecuciones del plan:

La campaña se realizó de manera interna para todos los colaboradores, dando a conocer el proyecto y su importancia, así como también reforzando todos los pasos a seguir para lograr una experiencia mágica en nuestros clientes. Se llegó a la conclusión de que realizar un cambio tan grande en la forma de interactuar entre colaborador y cliente no sería fácil, por ende, para simplificar esta gestión de cambio, se decide crear la campaña y poder llegar, explicar y resolver dudas de la mejor manera. Se realizó toda una identidad visual en torno a esta, como también diferentes piezas para darle acompañamiento en la adopción del modelo. Con esta campaña, buscamos explicar, enseñar y ejemplificar todas las etapas que conllevan esta práctica para nuestros clientes/invitados.

Contamos con:

- Kick off campaña
- Video, Mail, Afiche, Pieza Whatsapp y Evento Lanzamiento
- Mail, Pieza Whatsapp y afiche refuerzo pasos Experiencias mágicas
- Competencia entre colaboradores
- Video mensaje líderes
- Video testimonios

¿Qué se ha hecho para conseguir nuestra meta?

Detallamos estrategias implementadas:

1. Explicación del Proyecto a Líderes de Tienda: Desde el inicio, comunicamos claramente nuestro objetivo y la importancia de cada paso en la implementación de Experiencias Mágicas a los líderes de cada tienda, asegurando su comprensión y compromiso con el proyecto.
2. Participación en Reuniones de Apertura: Mantuvimos una presencia constante en las reuniones de apertura y de tarde, proporcionando actualizaciones sobre el progreso del proyecto y solicitando retroalimentación de los equipos en terreno.
3. Sombra a Vendedores Reponedores y en Pasillo: Observamos de cerca el desempeño de los vendedores reponedores y aquellos en el pasillo, identificando áreas de mejora y proporcionando orientación directa cuando fue necesario para garantizar un servicio excepcional en todo momento.

4. Sombra a Clientes: Adoptamos una perspectiva centrada en el cliente, observando sus interacciones con nuestro personal y nuestro entorno para identificar oportunidades de mejora, entendiendo mejor sus necesidades y expectativas.
5. Rol Activo como Vendedor en la Entrada: Desde la administración central, nos involucramos directamente como vendedor, demostrando personalmente cómo se realiza la derivación de invitados y compartiendo las mejores prácticas.
6. Escucha Activa de Comunicaciones: Implementamos un sistema de escucha activa para monitorear las derivaciones y las experiencias concretadas, permitiéndonos ajustar nuestras estrategias.
7. Seguimiento Constante al Proyecto: Mantuvimos un seguimiento del progreso, evaluando regularmente los resultados y ajustando nuestras estrategias según fuera necesario para garantizar el éxito.



Comunicaciones
Internas



¡PRONTO ESTAREMOS MÁS SINCRONIZADOS QUE NUNCA!

Nuestros invitados son lo más importante para nosotros. Por lo tanto, hacerlos sentir únicos y especiales es la misión que nos proponemos.



Entregar experiencias mágicas y superiores
.es de easyleño.

4. Resultados y evaluación

Evaluación:

La campaña se midió mediante la escucha activa de las comunicaciones realizadas en las tiendas a través de la App Zello instalada en las PDA que abarcaba:

1.Experiencias Mágicas concretadas por cada periodo de escucha (*periodo de escucha: 30 minutos*).

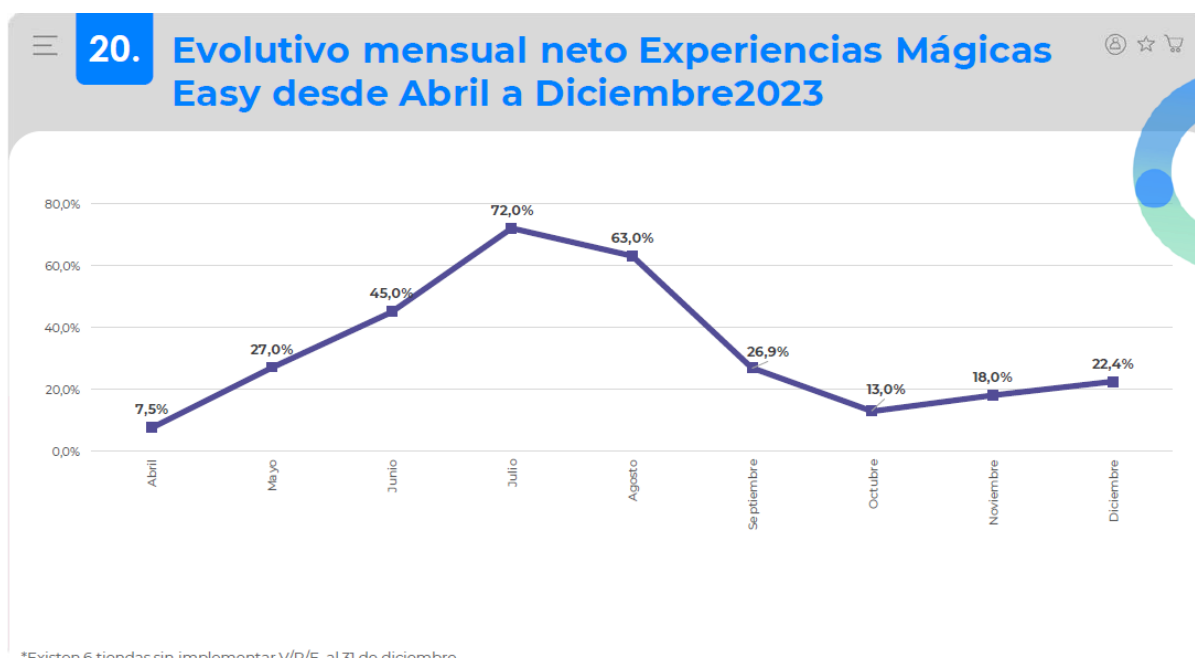
2.El invitado Incógnito, si vive una experiencia mágica entrega 10 sonrisas al vendedor de la entrada y 15 al vendedor del pasillo. Las sonrisas son parte de un programa de gamificación que cuenta Easy para el reconocimiento de nuestros colaboradores en donde pueden canjearlas por productos. 1 sonrisa equivale aproximadamente a \$1.000 pesos.

Resultados:

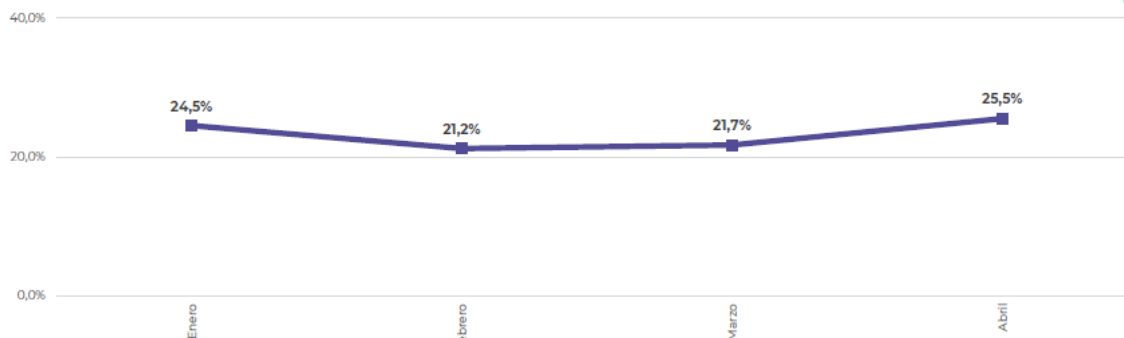
Evolutivos desde que comenzaron a medirse las EM el 2023 (*abril a diciembre*).

Actualmente el programa de las Experiencias Mágicas sigue en adelante, pero sin la campaña activa y podemos obtener data semana a semana.

Estas experiencias se miden con escuchas semanales en las tiendas realizadas a través de la PDA. Es importante destacar que la campaña partió en abril del 2023 dando como termino en agosto del mismo año (5 meses). En las cifras que podemos ver a continuación, se logra ver como obtuvimos un peak en el mes de julio para ir bajando en el momento que la campaña dejo de estar activa. Dando evidencia del poder comunicacional que tiene esta acción.



21. Evolutivo mensual neto Experiencias Mágicas Easy



Existen 2 tiendas sin implementar V/R/E a abril 2024

Durante el último año de implementación, nos hemos esforzado por ofrecer momentos inolvidables a nuestros clientes, y los números hablan por sí mismos.

Nuestra meta base máxima mensual de 861 experiencias a nivel de la compañía ha sido superada consistentemente, demostrando el compromiso y la dedicación de nuestro equipo; Es importante destacar que esta meta se ajusta según las circunstancias, como días feriados o cierres temporales de la tienda, asegurando que mantenemos un estándar de excelencia en todas las condiciones.

En total, durante el año, hemos sorprendido a aproximadamente 3000 clientes con nuestras experiencias mágicas. Además, obtuvimos el premio Pro-Calidad en Índice de Satisfacción de Clientes en el rubro del Mejoramiento del Hogar, reflejando el impacto positivo que hemos tenido en la experiencia de nuestros clientes y el esfuerzo como el compromiso de nuestros trabajadores.