



FOCUS CX

**El éxito de las empresas comienza
mejorando la experiencia de sus clientes!**

Quienes somos

Focus CX

Venimos del mundo del Research, somos expertos en detectar insights y en el conocimiento de consumidores, clientes y colaboradores. Decidimos realizar una integración hacia adelante para comprometernos con la implementación de los programas que recomendamos. Para ello damos una estimación del ROI de las iniciativas en los propios términos del negocio de nuestros clientes. Adecuamos nuestro trabajo a los diferentes desafíos. Esto nos permite ser dinámicos, receptivos y ágiles, adaptarnos a los entornos económicos cambiantes y superar los desafíos de forma rápida.

Buscamos ser pragmáticos y objetivos, proporcionando el asesoramiento que mejor se adapte a nuestros clientes y sus marcas. Diversidad y colaboración son nuestros secretos para resolver problemas.





Donde Estamos.

ARGENTINA

Hugo Gisande
Country Manager

Buenos Aires
hgisande@focuscx.com.ar

CHILE

Christian Kelly
Country Manager

Santiago
ckelly@focuscx.com.ar

ESTADOS UNIDOS

Luciano Gisande
Country Manager

Miami
lgisande@focuscx.com.ar

GUATEMALA

Claudio Magnifico
Country Manager

Ciudad de Guatemala
cmagnifico@focuscx.com.ar

MÉXICO

Rosalinda Pizarro
Country Manager

México (DF)
rpizarro@focuscx.com.ar

Nuestra Visión

En Focus CX creemos que las empresas pueden contribuir con su granito de arena para que el mundo sea cada día un poco mejor, mejorando la calidad de las experiencias que le brindan a sus colaboradores y clientes.



Sumando opiniones
Buscamos identificar las
reales necesidades.



Desarrollando soluciones
Específicas que resuelven
tensiones importantes.



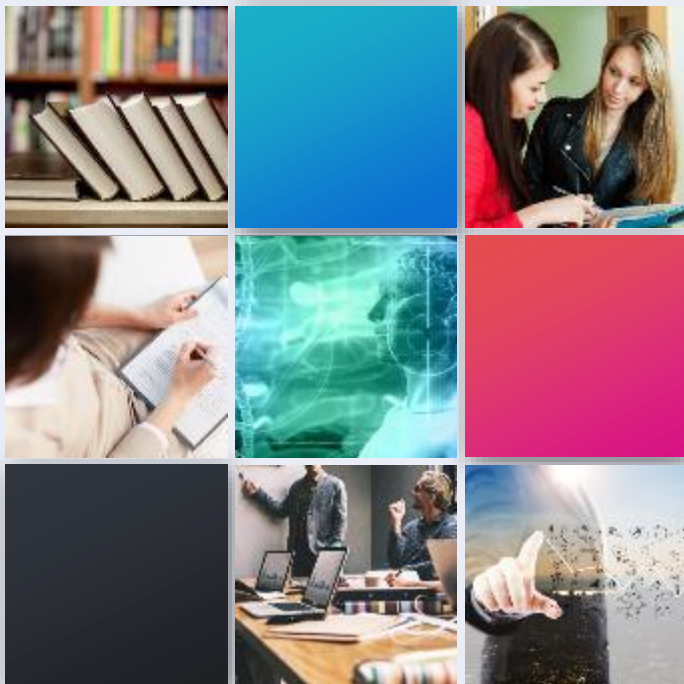
“

¿Qué hacemos?

Buscamos la forma en que las empresas puedan brindar experiencias satisfactorias a sus clientes y colaboradores en sintonía con sus expectativas.

Por eso estudiamos el comportamiento de cada uno de los actores que participan en el proceso y creamos soluciones posibles.





Nuestros Servicios

01.

Diagnóstico de la experiencia

Arquetipo de clientes. Customer Journey Map. Service blue print.

03.

Diseño de experiencia

Design Sprint. Modelo centrados en las Personas. Metodologías Lean.

05.

Propuesta de Valor

Diseño de propuesta de valor al Cliente. Jerarquización de acciones.

07.

Transformación cultural

Capacitaciones, Workshop de Experiencias.

09.

Plataformas OnLine

Dashboard Reporting. Tracking de Experiencia y Touchpoints. Hot Alerts.

02.

Medición de la experiencia

NPS. Programa VoC. Dashboard on line de gestion de la experiencia y reporting.

04.

ROI de la experiencia

Modelo de economía de la experiencia. Estimador de acciones de Cx.

06.

Close the loop

Propuesta de trabajo de cierre de ciclo. BPO CX. Cloppers.

08.

Employee Experience

eNPS. Circulo interno y externo de Experiencias.

10.

Encuestas

Telefónicas, Mobile, Web, RRSS. Presenciales Cobertura en toda Latam.

Áreas de Experiencia



Brand Experience

Creando una propuesta de valor “tangible” y con drivers que comunican la marca.



Product Experience

Con productos y servicios que clientes y no clientes necesiten, comprenden y recomienden.



Employee Experience

Con una cultura de experiencia centrada en el cliente, convirtiendo a los colaboradores en embajadores de la marca.



Customer Experience

Asegurando que la propuesta de valor llegué en todos los puntos de contacto de la empresa.



Tenemos experiencia en el desarrollo de proyectos de investigación para las principales compañías en los siguientes mercados

Petróleo & Energía

Automotor

Retail

Servicios Financieros

Industria Farmacéutica

Consumo Masivo

Telcos

Experiencia | Mercados

#gestiondeperformance





FOCUS 

Nuestra forma
de trabajar la experiencia

Framework de nuestros Proyectos

Estudiamos a los usuarios, creamos soluciones posibles a través de metodologías Agile.

Realizamos pruebas, eliminamos las ideas que no funcionan, probamos, implementamos y controlamos los parámetros de calidad.



COMPRENDER



DISEÑAR



IMPULSAR



CONCIENTIZAR

COMPRENDER

Trabajamos en el mundo de las experiencias y buscamos el FIT entre lo que los usuarios necesitan y lo que es económicamente viable para el negocio.

Nuestro entendimiento de la situación, parte de un relevamiento de expectativas cada uno de los stakeholders.

Para ser más asertivos en las soluciones, necesitamos determinar la real motivación de los usuarios antes de diseñar. Trabajamos estrechamente con el cliente, para definir el desafío, comprender a la audiencia y determinar la raíz del problema.

¡Ponemos al Cliente en el centro de la escena!

Nuestro programa “Voice of the Customer (VoC)” brinda la posibilidad de tomar información de los usuarios, analizarla y distribuirlas, para tomar medidas para mejoren la experiencia.



DISEÑAR

Partimos desde la comprensión de la experiencia actual, los puntos clave y lo que más importa para los usuarios, de esta forma generamos un marco sobre el cual diseñar una experiencia futura.

Construimos conceptos que generen valor tanto para el negocio como para los usuarios, buscando la experiencia mas satisfactoria.

La lealtad a la marca se basa en el cumplimiento de las promesas y en convertirlas en Momentos de la Verdad.

Trabajamos en las siguientes fases de diseño

- Service Design Workshops
- Desarrollo De Conceptos
- Priorización De Ideas Y Conceptos



IMPULSAR

A través de ciclos iterativos inmersos en un proceso ágil de desarrollo, validando e interactuando directamente con los usuarios, buscamos refinar los conceptos para implementarlos rápidamente.

Nuestro ciclo de trabajo involucra:

- Construcción de prototipos
- La prueba y el análisis
- La iteración
- El control





CONCIENTIZAR

Los colaboradores juegan un rol fundamental en la construcción de la experiencia del cliente. Por tal motivo es fundamental trabajar en la sensibilización, alineación con una cultura Customer Centric e implicarlos en el proceso de transformación cultural.

Desarrollamos un módulo de Capacitaciones en CX, para generar capacidades organizacionales.

De esta forma acercamos las herramientas a los colaboradores para que puedan:

- Comprender a los clientes
- Crear experiencias
- Transmitir experiencia

Nuestros Clientes



Nuestros Clientes





FOCUS 