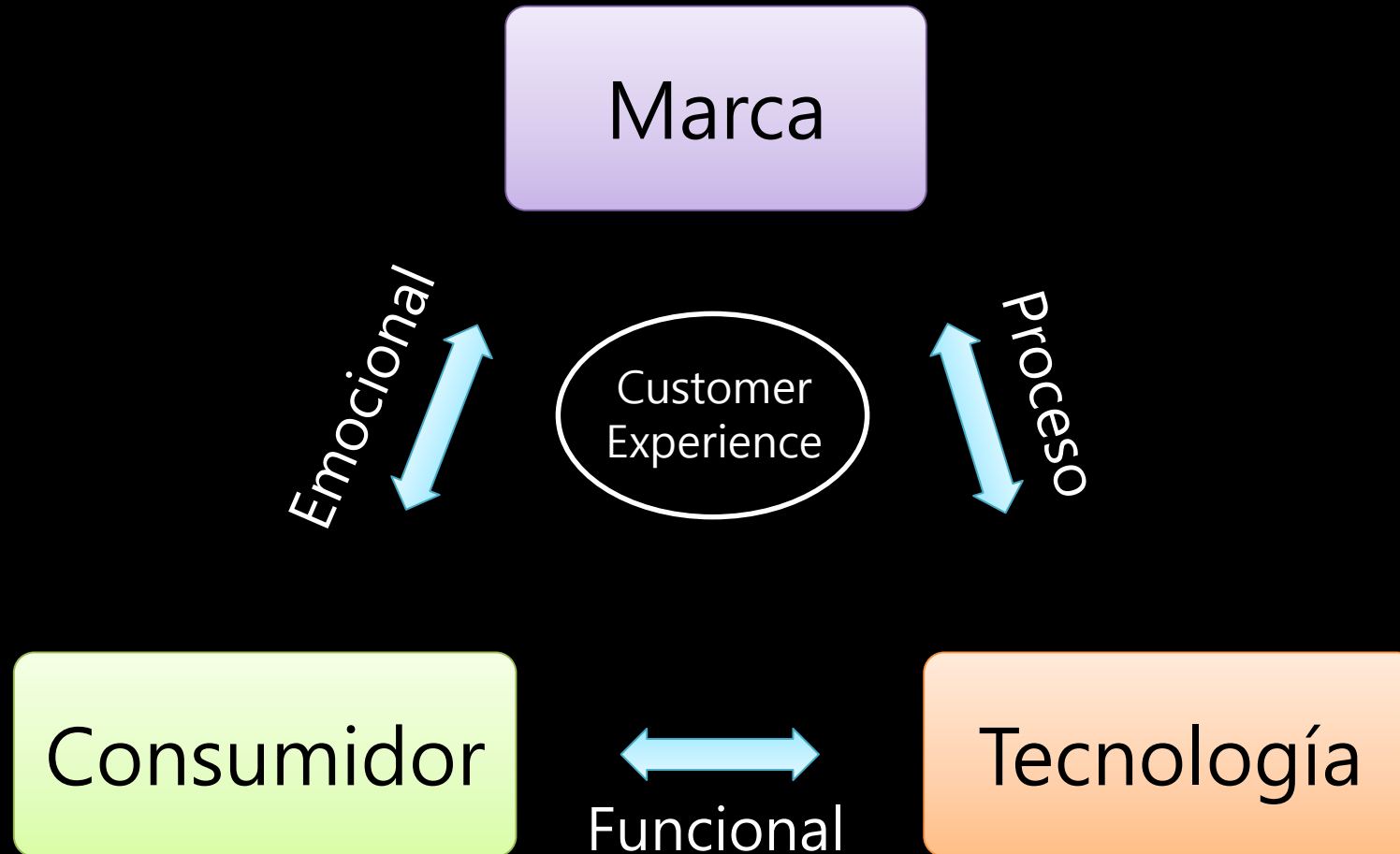


Customer Experience: Indagando acerca de las percepciones del cliente

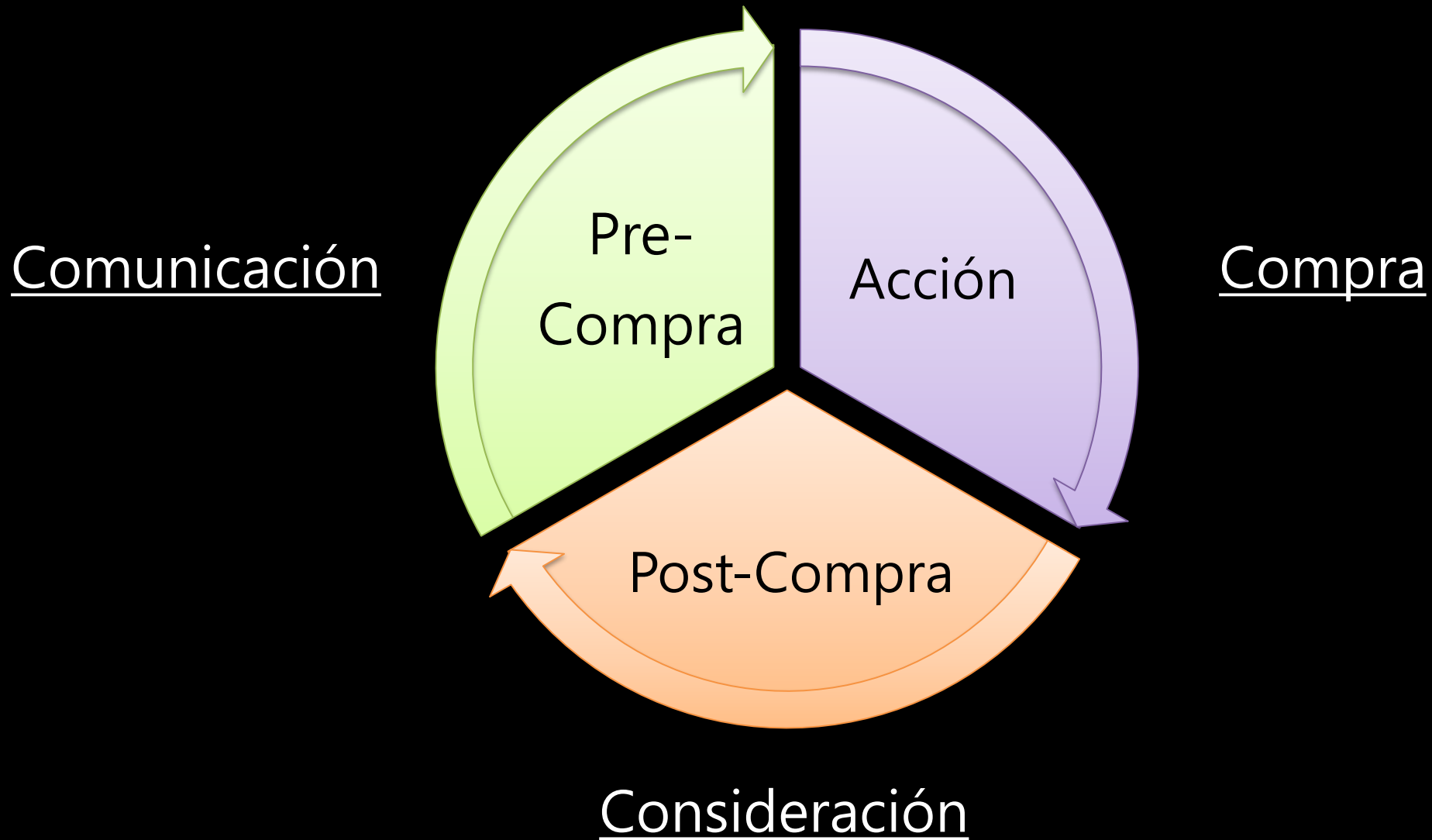
Samsung Electronics

¿ Qué es ?

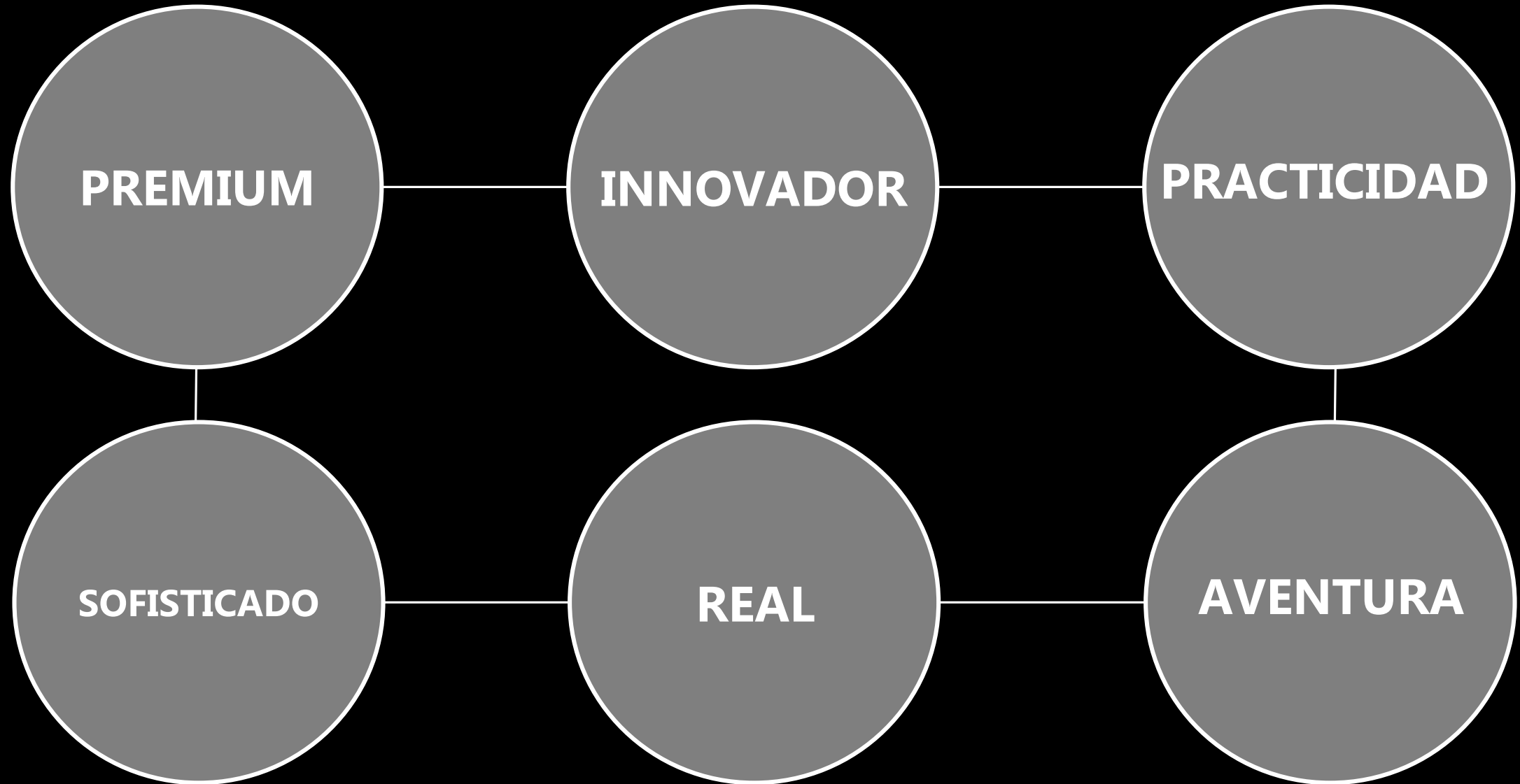
Customer Experience es la percepción del cliente sobre la marca. Dicha percepción está dada por la interacción del cliente con la marca. Si la experiencia del cliente coincide con las expectativas, el customer experience es el indicado.



Puntos de contacto= Interacción Marca-Consumidor



Samsung Consumer Experience



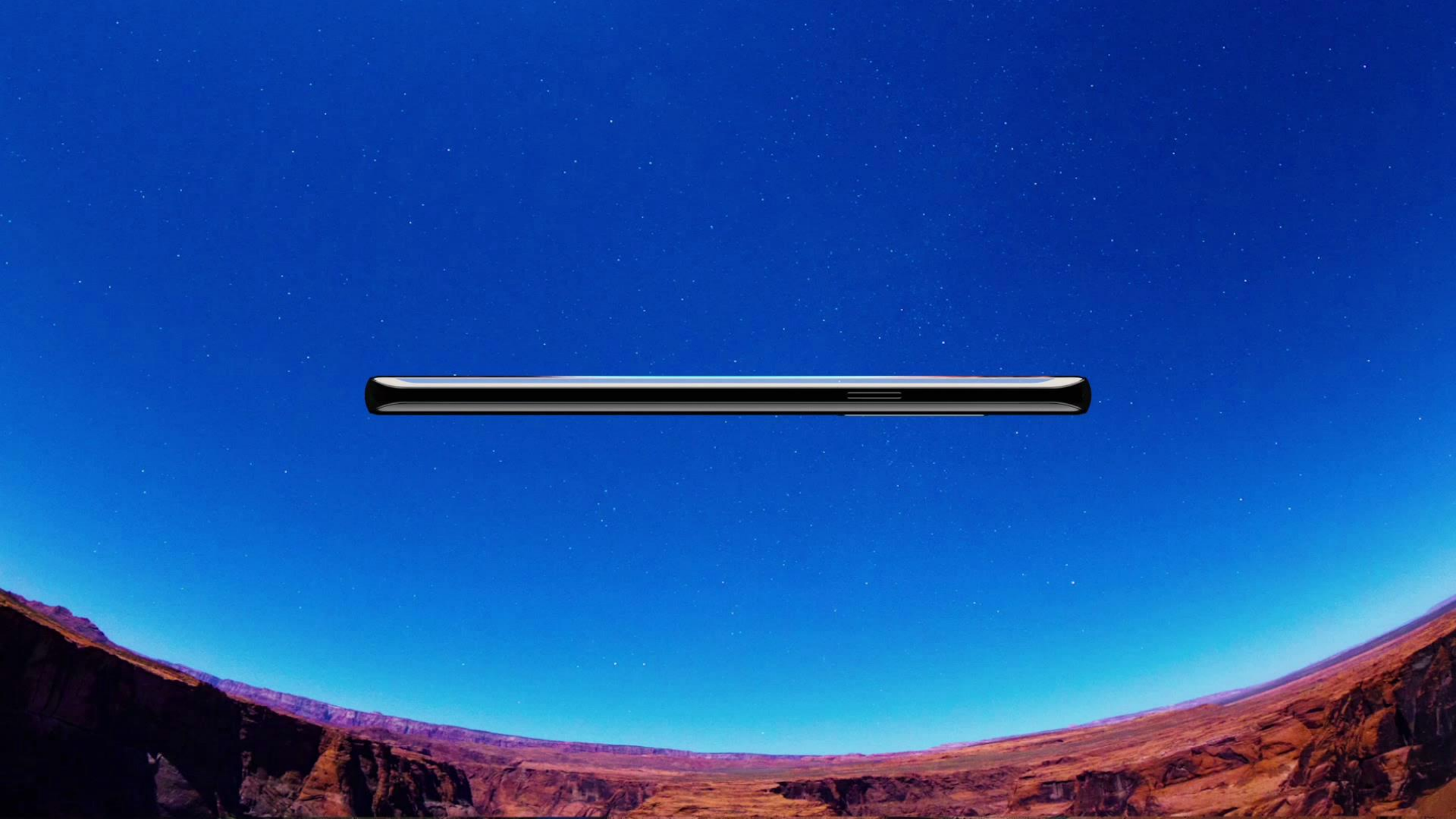
Oferta

Comunicación:

- Marketing
- Prensa
- Redes Sociales
- Promoción
- Voz del consumidor







Proceso de Compra



Compra:

- Producto
- Exhibiciones
- Material PoP
- Vendedor/Promotor
- Packaging
- Experiencia

Punto de Venta- Samsung House

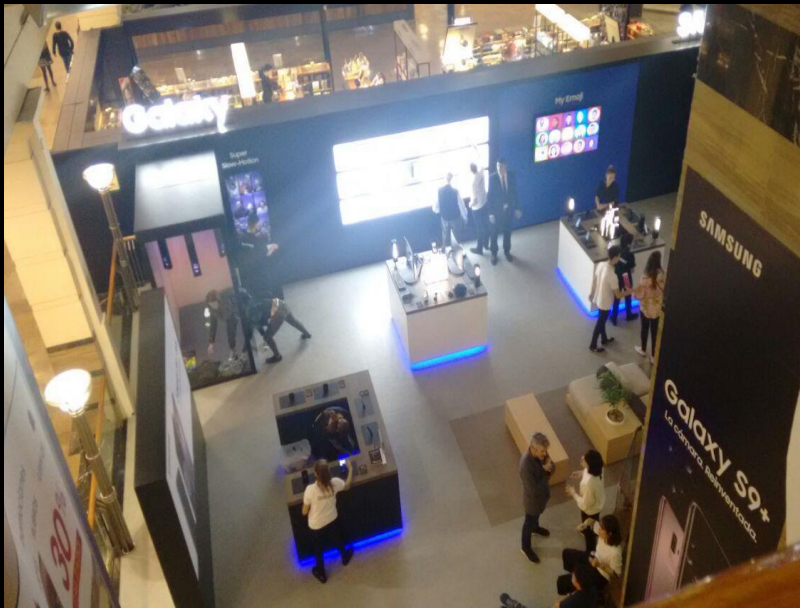


- Experiencia de Producto
- Espacio IoT
- Espacio VR
- Atención al Cliente
- Post-Venta Concierge
- Cursos y Tutoriales sobre nuestros productos gratuitos

Punto de Venta- Crossline & Galaxy Studio



- Experiencia de Producto
- Espacio IoT
- Atención al Cliente
- Ecosistema Samsung con otros productos

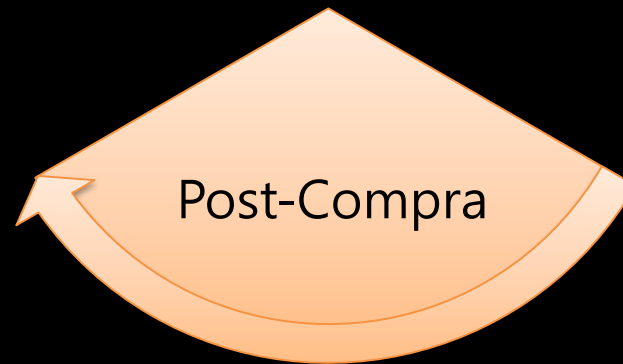


- Experiencia de Producto
- Demostración Atributos
- Atención Concierge
- Ecosistema Samsung con otros productos

Post-Venta

Consideración:

- Programas de Lealtad
- Service
- Encuestas
- Boca en Boca
- Marketing del Consumidor

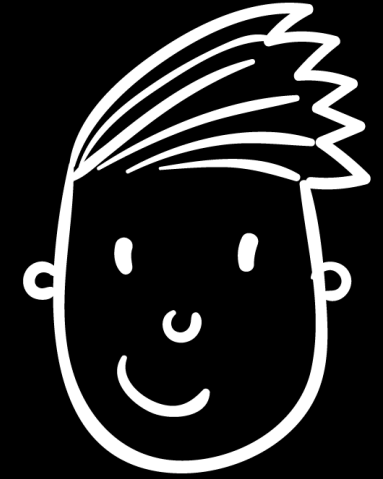




FRUSTRACIÓN



SATISFACCIÓN



FIDELIDAD



CALIDAD



VELOCIDAD

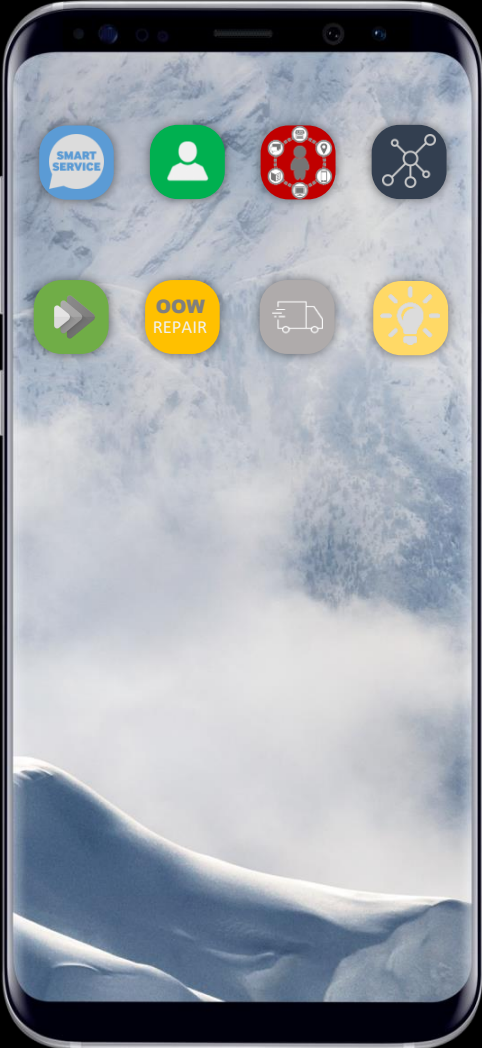


EFICIENCIA



INNOVACIÓN

Samsung Customer Service



Smart Service



Interacción Proactiva



Omnicanalidad



Red de cobertura



Velocidad



Competitividad



Distribución



Entrenamiento

Cierre

¿Que?

Foco en el
Consumidor

¿Cómo?

Puntos de Contacto
con el cliente

¿Cuándo?

En Todo Momento