

Transformación Digital



tu bienestar es hoy

A close-up photograph of a person's hands, wearing a dark blue suit jacket over a white shirt. The person is holding a small, red, textured heart between their fingers. Their thumbs are positioned on either side of the heart, and their fingers are slightly curled around it. The background is blurred.

El año 2013 decidimos
instalar una cultura
de atención al cliente

Nuestro

Objetivo

Mejorar la
experiencia del
cliente para que
nos recomiende



Sin perder de vista...

- Escasa diferenciación.
- Todo comunica.
- Donde el cliente compra es el momento de la verdad.



¿Cómo lo hicimos?

Buscamos Ayuda: Disney Institute ®.

Rediseñamos nuestra Cultura.

Y adoptamos la Cadena de Excelencia de Disney.

The background of the slide features a bronze statue of Walt Disney standing next to a smaller bronze Mickey Mouse. They are positioned in front of the iconic Cinderella Castle at Disney World, which is visible through a hazy atmosphere. The sky above the castle is a clear blue.

Contactamos
a los mejores

Adoptamos su cadena de excelencia...

Excelencia
Líderes

Excelencia
Colaboradores

Clientes
Satisfechos

Resultados
Negocio



.Y pusimos foco

1

Cultura de colaboración

2

Cambios en los procesos

3

Medición y mejora continua

Vivimos día a día nuestro propósito común

**“Hacemos que las personas se sientan bien, estén donde
estén”**



SEGURIDAD:
Anticipamos los riesgos que puedan afectar a nuestros colaboradores, clientes y negocio.



CONFIANZA:
Generamos relaciones basadas en la verdad, reglas claras y el cumplimiento de nuestras promesas.



SERVICIO:
Sorprendemos a las personas con una atención superior, para lograr su lealtad y preferencia.



EFICIENCIA:
Administramos con inteligencia el tiempo y los recursos en todas las actividades.

vivamos todos los días nuestro propósito com

**"Hacemos que las personas se s
creando lo mejor en salud, belleza**

Las 4 guías de viaje



Seguridad

Responsabilidad social, respeto por el medio ambiente, ética y cumplimiento legal.



Confianza

Confianza en las personas, calidad en los servicios, respeto por la cultura y tradiciones de cada país.

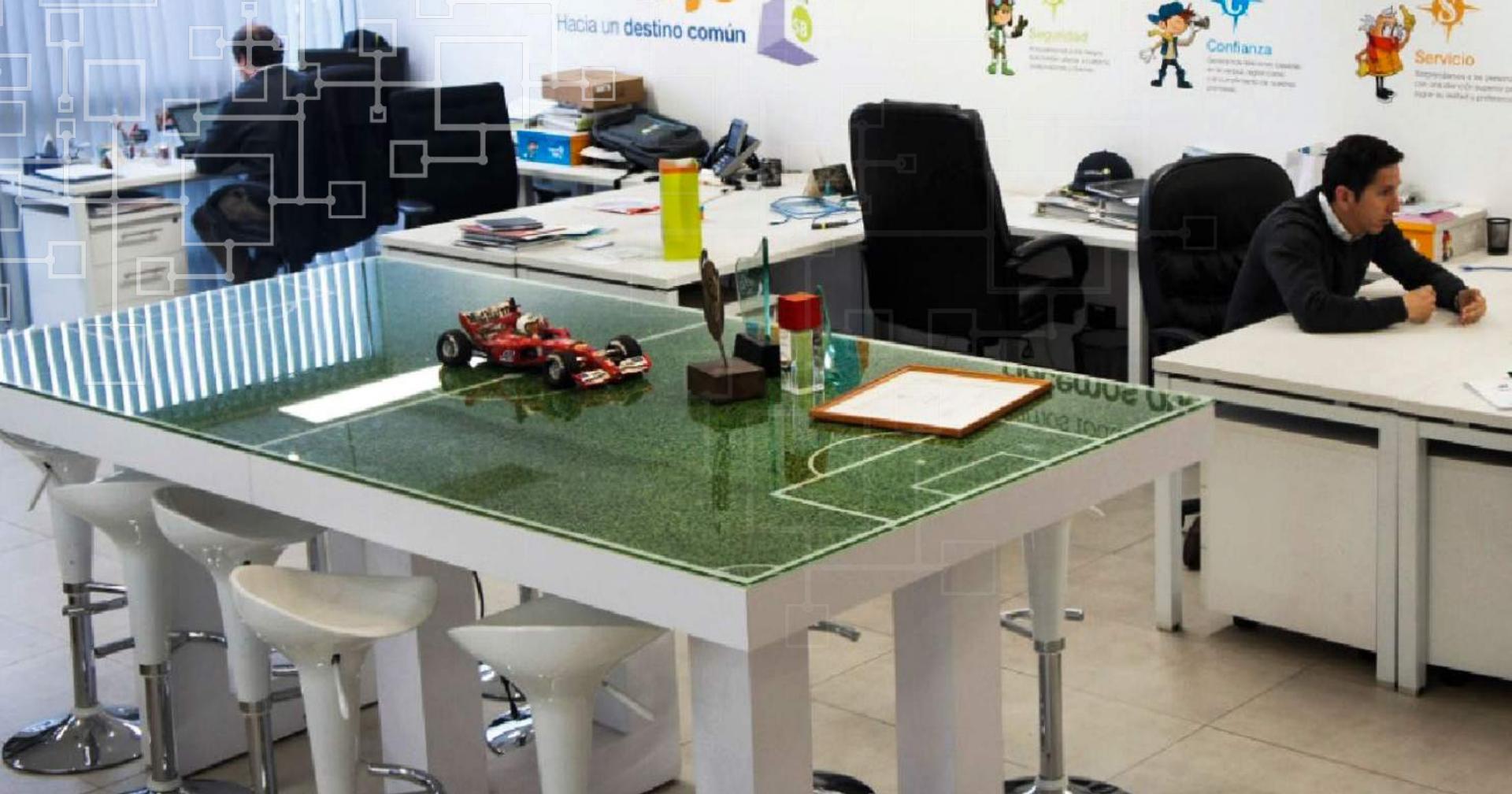


Servicio

Responsabilidad a las personas con una atención superior para lograr los resultados y resultados.

Nuestro Viaje

Hacia un destino común



Programa y kit de reconocimiento



Diseñamos un modelo de liderazgo para nuestra cultura



ACADEMIA
DE LÍDER
EMPRESAS SB



Encuentro de Líderes. marzo 2018



Reconocemos el valor de la diversidad

PIDND







Presencia en locales.



.Y pusimos foco

1

Cultura de colaboración

2

Cambios en los procesos

3

Medición y mejora continua

Diseñamos la fórmula correcta.



Servicio Interno



**CULTURA
DE SERVICIO**



Experiencia
Cliente Final

Midiendo nuestro NPS y nivel de recomendación

1

Desde una simple encuesta

¿Qué tan dispuesto está Ud. a recomendar la empresa / marca local a un familiar, amigo o colega?



NET PROMOTER SCORE = % PROMOTORS - % DETRACTORS

2

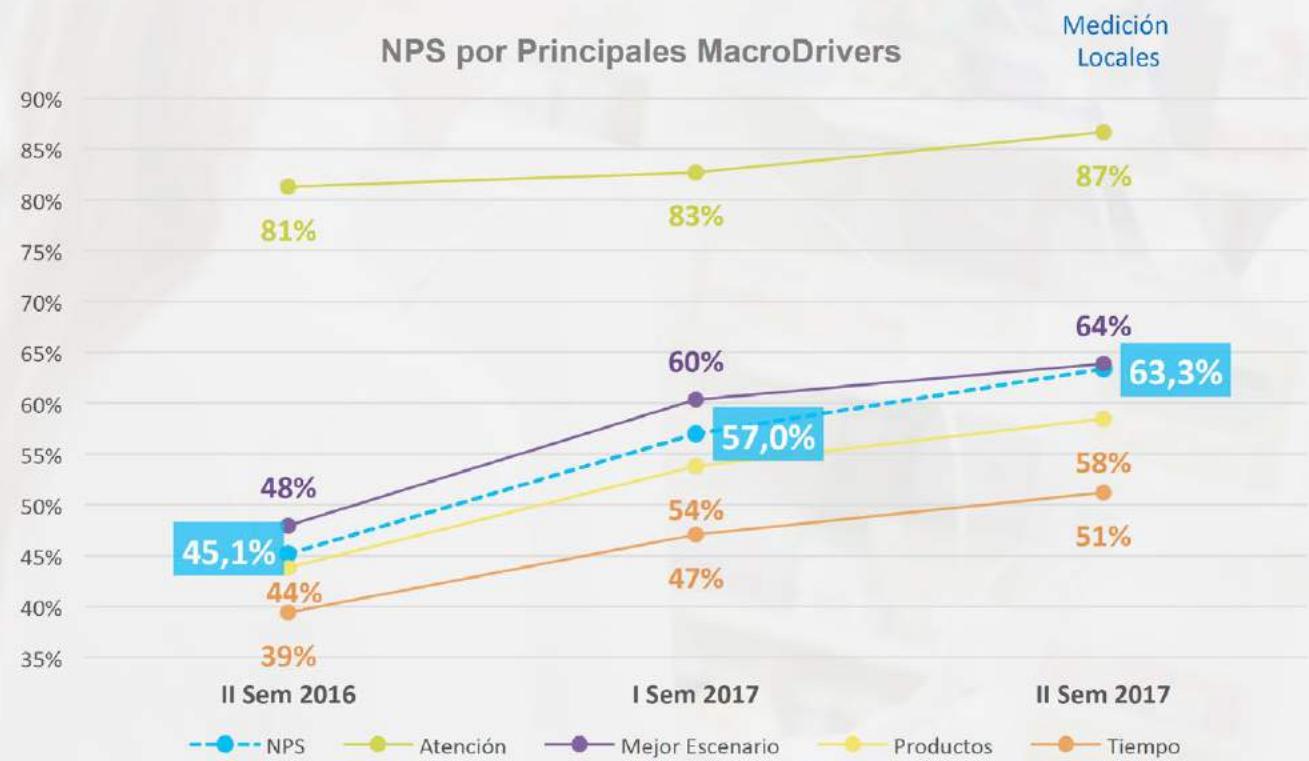
¿Por qué me recomienda o no me recomiendan?

Drivers de
Lealtad

“Top of mind” del cliente a nivel de recomendación,
indica que le gustó o no le gustó de la experiencia

Lo que al cliente le importa

Evolución Semestral %NPS por MacroDrivers





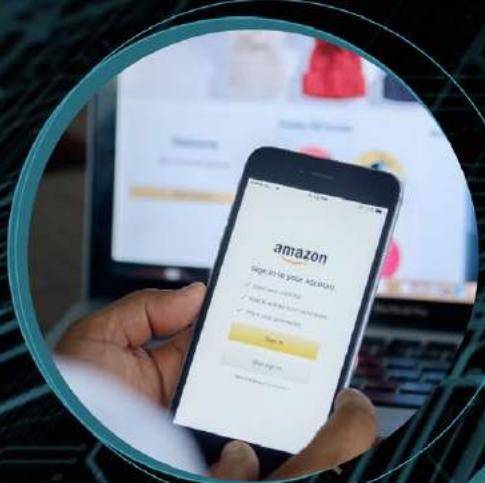
- En 5 años hemos instalado una cultura de atención al cliente
- \$ que podemos invertir, lo hacemos pensando en el cliente
- Premio Lealtad del Consumidor por 6 años consecutivos

• Y en 5 años más...

• ¿Cómo serán nuestros clientes?

• ¿Cómo los atenderemos?

Todo esto ¡Ya está pasando!







amazon

ToysRus

¿Desaparecer o evolucionar?





¿qué NO es la **TRANSFORMACIÓN DIGITAL?**

No es sólo
montar un CRM

No es sólo
tecnologizar los
procesos de la
empresa

No es sólo
marketing digital

No es sólo una
tienda online

No es sólo desarrollar
una aplicación

Es cambiar
la cultura

Trabajo en red

Es rediseñar los procesos

Es innovar

¿cómo entendemos la **TRANSFORMACIÓN DIGITAL?**

Es tomar decisiones en
base a la información

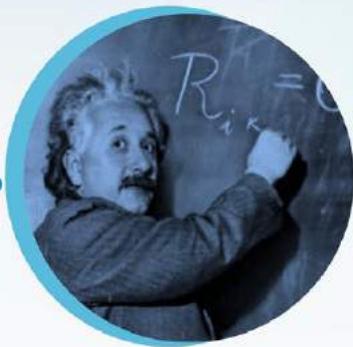
Es utilizar las
nuevas tecnologías
para agregar valor

¿Cómo hacerlo?

Usar la tecnología y la cultura para mejorar el viaje del colaborador y del cliente



Pensar fuera de la caja



"En una crisis si yo tuviera sólo una hora, dedicaría los primeros 50 minutos a definir el problema y los últimos 10 minutos a resolverlo."

Albert Einstein.



CREA



La innovación se incorpora a la cultura

Colaboradores escuchados y considerados



Para dudas o consultas escribenos a crea@sb.cl

CREA



CENTRO DE INNOVACIÓN UC
ANÁCLETO ANGELINI

UDD Ventures
Aceleradora

RANKING
CREDITIVO Y FINANCIERO

Nuevo Mindset

Enamórate DEL PROBLEMA, no de la solución.

Método de trabajo



Participación Bottom UP

Apertura ecosistema





• ¿En que estamos hoy?



- Amabilidad
- Tiempo
- Stock
- Mejor escenario



Innovamos en una
atención diferente

**dermo
coaching**

DESCUBRE EL LENGUAJE DE TU PIEL

ESPECIAL CUIDADO

TATUAJES

ASESÓRATE CON NUESTRAS DERMOCOACH Y ENCUENTRA LO QUE NECESITAS PARA MANTENER TU TATUAJE Y CUIDAR TU PIEL.

FARMACIAS
sb
BALCOBRAND

Salcobrand .cl

FARMACIAS
sb
BALCOBRAND

dermocoaching

HOMBRES DE PIEL

Salcobrand .cl

NPS atención





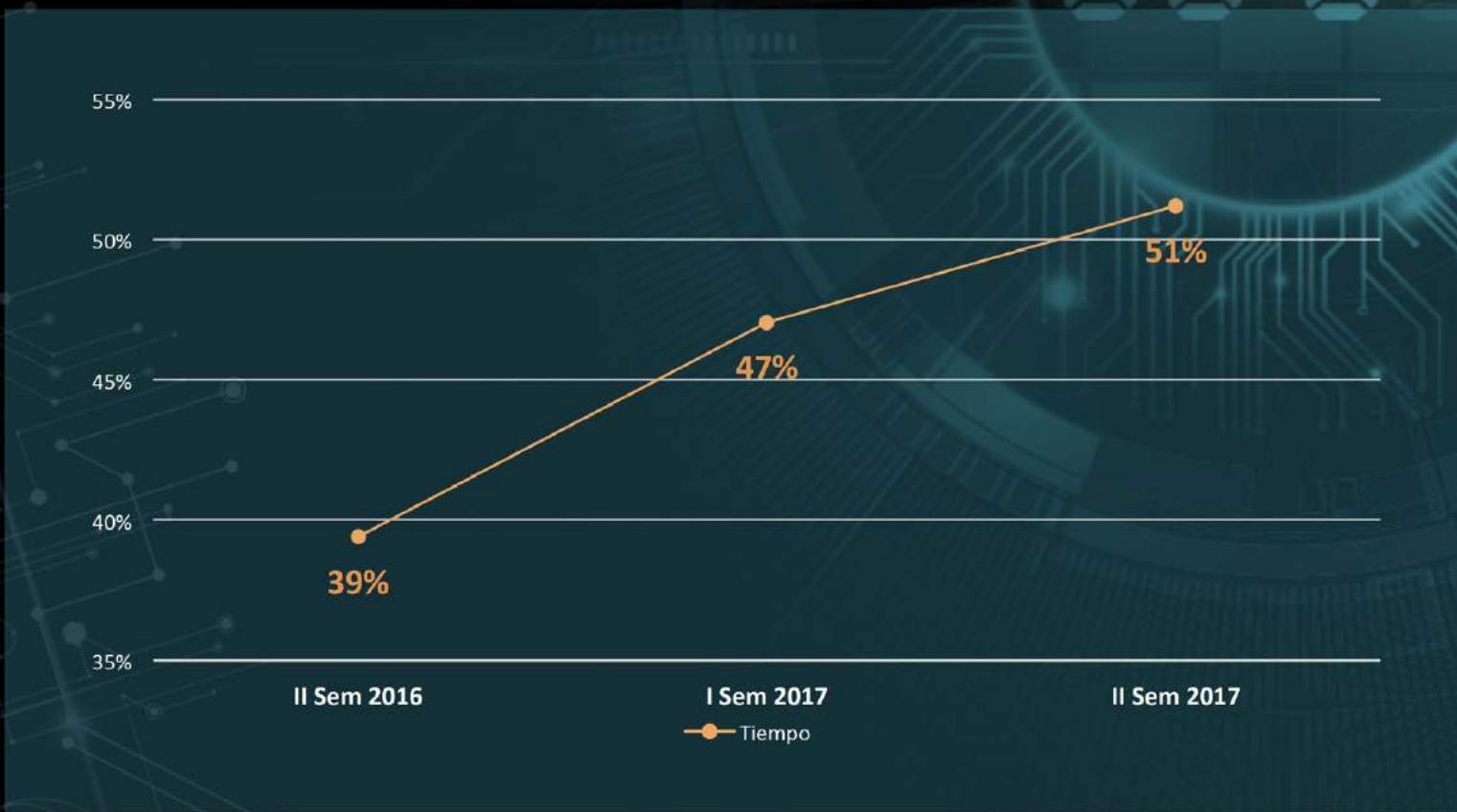
Administramos el tiempo
de nuestros clientes

24-agosto-2012 14:03
Bienvenido!



Toma tu Número

NPS tiempo



Garantizamos
un stock permanente.



NPS productos.



Apostamos por los mejores escenarios

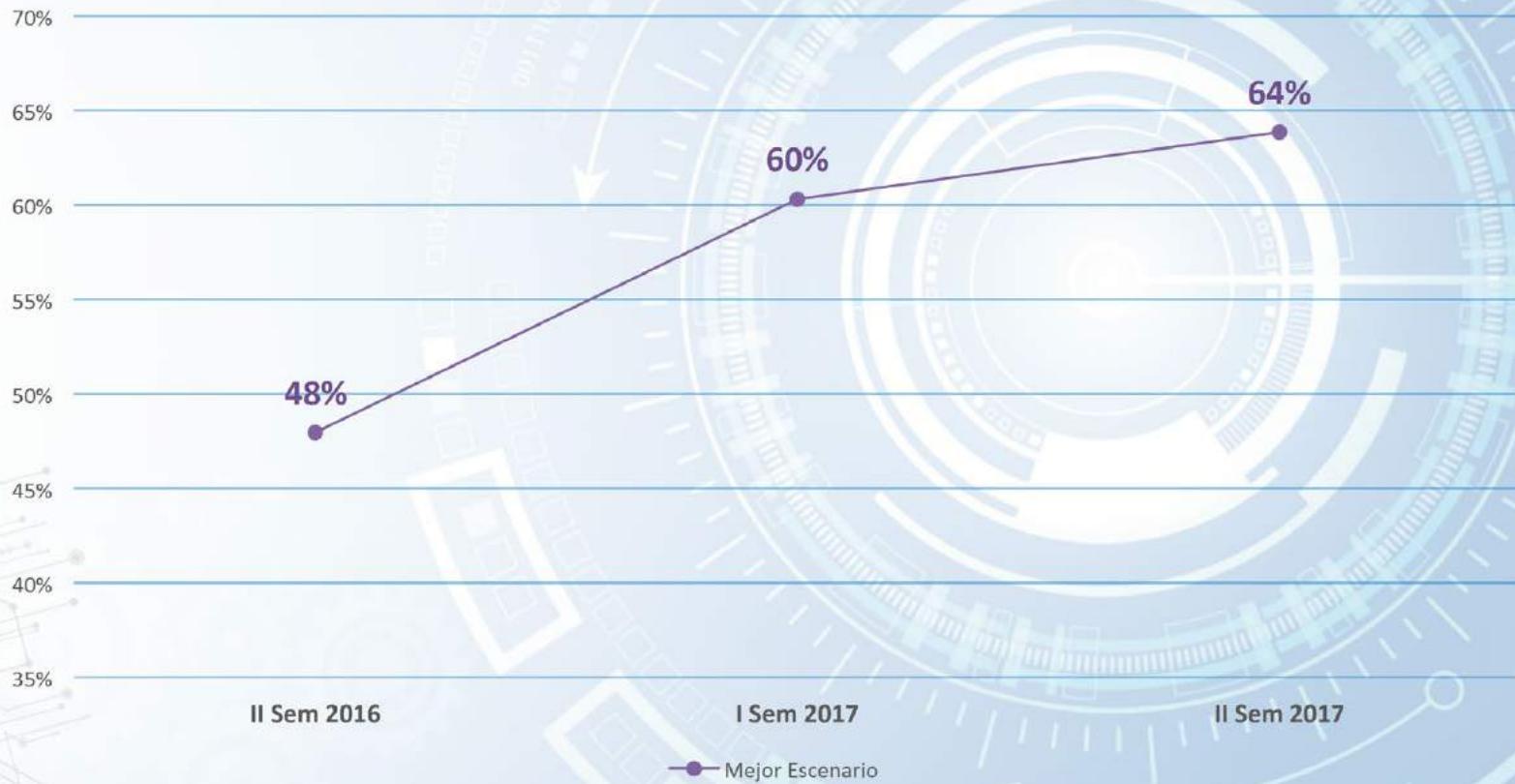








NPS escenario



Aprendizajes.

Infraestructura
tecnológica



Mejorar
la cultura



Lograr la recomendación
del cliente

Viaje del
colaborador
y cliente



Beneficios



MODO CLIENTE

Foco en el diseño de soluciones poniendo al cliente al centro



DIGITAL POTENCIAR LA TIENDA

Complementar la experiencia en tienda entregando contención, contenido y orientación.



ALIMENTADO POR DATOS + INTUICIÓN

Potenciar el uso de los datos para poder mejorar la toma de decisiones en base a insights.



MULTIVELOCIDAD

Dos velocidades: una ágil para habilitar y probar experiencias y una velocidad cascada para transformar el CORE.



COLABORADOR CONTENIDO CLIENTE CONTENTO

Clientes que se sientan bien, estén donde estén, para que puedan vivir una cultura orientada al servicio.

