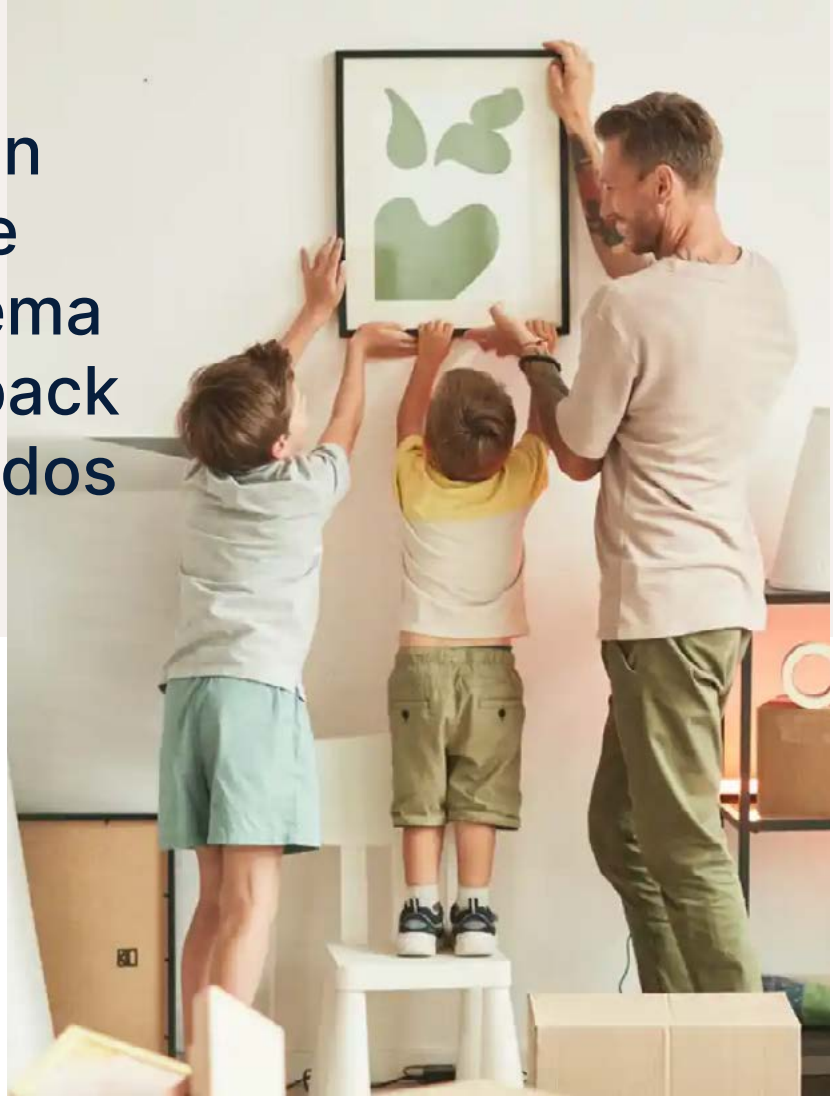
CASO DE ÉXITO

SANTALUCÍA moderniza la gestión de la Experiencia de Cliente con un sistema omnicanal de feedback que impulsa resultados



Resultados con Medallia

62%
de resolución de casos

25%
de pólizas recuperadas tras cancelación o no formalización

71%
de casos resueltos gestionados con argumentos basados en valor

SANTALUCÍA
Industria: Seguros

Medallia

Resumen

- SANTALUCÍA ha creado un modelo omnicanal de «Voz del cliente» que recopila el feedback a través del teléfono, los canales digitales, las redes sociales y las reseñas, creando una visión única y en tiempo real de las interacciones con los clientes. Este cambio, que pasa de una escucha fragmentada a un enfoque unificado, ayuda a los equipos a comprender todo el customer journey y a actuar con claridad.

- Las opiniones de los clientes ahora se incorporan directamente a la toma de decisiones, lo que permite convertir los insights en acciones de mejora. Los follow-up se realizan de forma rápida y sistemática, lo que garantiza que los clientes vean mejoras reales y refuerza la confianza en la marca.

- Al integrar el feedback en los flujos de trabajo del CRM, SANTALUCÍA conecta la escucha con la acción y los resultados. Las señales críticas se envían a los equipos adecuados, los problemas se resuelven más rápidamente y se realiza un seguimiento de cada caso de principio a fin, lo que fomenta la responsabilidad y el aprendizaje.

- Este modelo predictivo ha transformado el funcionamiento de la organización, rompiendo los silos, alineando a los equipos y creando una cultura en la que cada idea conduce a un mejor servicio y a relaciones más sólidas.

Escuchar a través de todos los canales para entender realmente al cliente.

SANTALUCÍA se enfrentaba a un reto clave: cómo comprender a fondo y responder a sus clientes en un entorno dinámico y multicanal. Hasta entonces, el feedback recibido era fragmentado —con cobertura limitada por canales y baja visibilidad.

El objetivo era claro: crear un sistema moderno y escalable de Voz del Cliente que captara señales en tiempo real desde todos los puntos de contacto —llamadas al Contact Center, experiencias digitales, comentarios espontáneos en redes sociales y datos de comportamiento—.

Las encuestas seguían teniendo un papel importante, pero el foco pasó a un modelo de escucha más completo y predictivo.

SANTALUCÍA buscaba que estos insights sirvieran para mucho más que alimentar dashboards. Querían que fueran accionables en toda la organización —desde los equipos de atención hasta la dirección— y que se integraran directamente en los procesos operativos y de toma de decisiones.

Además, a medida que evolucionan los canales y las expectativas de los clientes, la solución debía ser flexible, estar preparada para el futuro y permitir la innovación continua a gran escala.

Alertas en tiempo real y empleados capacitados para ofrecer una experiencia proactiva

Para hacer realidad esta visión, SANTALUCÍA se asoció con Medallia para implantar un sistema dinámico de gestión de la experiencia omnicanal.

En el centro del sistema está la capacidad de generar alertas en tiempo real, consolidando el feedback estructurado con señales no solicitadas procedentes de llamadas, reseñas online, comportamientos digitales y otros canales.

El sistema detecta señales críticas —como indicios de insatisfacción o nuevas oportunidades— y las redirige a los equipos adecuados para que actúen rápidamente. Los equipos contactan con los clientes y hacen el *close the loop* en cuestión de horas, aportando soluciones oportunas y restaurando la confianza.

Pero no se trata solo de servicio al cliente. La plataforma de Medallia hace visibles los insights en toda la organización, permitiendo a los equipos monitorizar el feedback, colaborar en la resolución de casos y medir el impacto de sus acciones.

Al implicar a todos los empleados en la gestión de la experiencia, SANTALUCÍA ha impulsado una cultura colaborativa y orientada a los datos que permite mejorar la Experiencia de Cliente de forma continua y a gran escala.

Decisiones basadas en datos. Resultados reales.

Desde la puesta en marcha de su programa de feedback omnicanal con Medallia, SANTALUCÍA ha registrado mejoras claras tanto en la fidelización como en la eficacia operativa.

El NPS ha aumentado en 10 puntos, y se han gestionado más de 40.000 alertas generadas a partir de señales de voz, digitales y sociales, logrando un 62% de resolución.

La compañía también ha conseguido recuperar el 25% de las pólizas que estaban en riesgo de cancelación o abandono.

Un dato relevante: el 71% de los casos resueltos se gestionaron con argumentos basados en valor, reforzando la efectividad de las respuestas personalizadas y fundamentadas en insights.

Ahora, SANTALUCÍA está pasando a la siguiente fase con más inteligencia artificial y análisis predictivo, mayor integración y escalabilidad interna.

El siguiente salto es anticiparse, no solo reaccionar: priorización dinámica, detección del abandono y recomendaciones personalizadas. Una mayor integración con los sistemas internos reducirá el tiempo de respuesta y ampliará el alcance del modelo a nuevos equipos. Esta evolución se alinea con la transformación de GRUPO SANTALUCÍA hacia decisiones basadas en datos y un servicio diferenciado.

Solicita una demo

www.medallia.com ↗

> *"El sistema de alertas de Medallia nos permite definir criterios inteligentes combinando señales no solicitadas, sentimiento y feedback directo cuando está disponible. Estas alertas se entregan en tiempo real a los equipos adecuados, ayudándonos a responder de forma rápida y proactiva a nuestros clientes."*

Paloma Paraja - Customer Experience Manager SANTALUCÍA