

CASO DE ÉXITO

**XP** inc.

Cómo XP está revolucionando el mercado a través de una estrategia centrada en el cliente



Resultados con Medallia

**+35 pt** ↑

en NPS

**5K** ↑

asesores que acceden a comentarios

**5.7x**

veces más valor en LTV "lifetime value" para los promotores versus detractores<sup>1</sup>

XP INC  
Industria: Servicios financieros

**Medallia**

En alianza con  **SMT**

## RESUMEN

- Los comentarios de los clientes son primordiales para XP, por lo que se dedica a mejorar constantemente su enfoque en el cliente y a ser reconocido como líder en esta área.
- Los procesos manuales y la falta de integraciones hacían muy difícil, para los asesores de XP, el *close the loop* (cierre de ciclo) con los clientes y el poder priorizar las acciones que aseguraran la satisfacción de los mismos.
- Usando Text Analytics de Medallia, XP ahora puede identificar los temas principales y los temas detrás de cada uno de los aspectos que impulsan la satisfacción.
- En 2020, el enfoque de XP en el cliente fue respaldado por la organización North America Customer Centricity con el premio a la Mejor Medición en la Experiencia del Cliente.

### Estrategias para una mentalidad centrada en el cliente

XP Inc. ha estado operando en el mercado financiero brasileño desde hace más de 18 años. Como una de las empresas de inversión financiera con más rápido crecimiento en Brasil y en el exterior, **XP tiene más de 2.8 millones de clientes y más de U\$ 119 mil millones en activos bajo su administración, a lo largo de varios negocios.**

La interacción con los clientes siempre ha sido extremadamente importante para XP, por lo que la compañía quería aprovechar este compromiso e incluso ser reconocida por su excelencia en el área. **En búsqueda de tales objetivos, XP se dio cuenta de que sus herramientas actuales de experiencia del cliente eran algo limitadas.** Por ejemplo, el



proveedor local que proporcionaba comentarios y encuestas carecía de informes basados en reglas y así, no era fácil para XP tomar medidas directas sobre los comentarios recibidos. Si bien la empresa podía medir los niveles de satisfacción de los clientes, necesitaba comprender las fuerzas detrás de esas mediciones.

Por lo tanto, **XP precisaba de un socio que les apoyara a cerrar la brecha con los clientes y a priorizar acciones y comunicaciones que aseguraran la satisfacción del cliente.**

Además, requería el mejor proveedor de su clase para ayudarles a monitorear las señales de retroalimentación de los clientes y a realizar cambios para brindar la mejor experiencia.

Medallia apoya a empresas como XP para que capturen comentarios donde quiera que se encuentren los clientes, los interpreten en tiempo real y brinden *insights* y acciones para retener y hacer crecer a los clientes leales. En este objetivo, **SMT, socio proveedor de servicios de XP, se asoció con Medallia para crear programas de experiencia del cliente verdaderamente transformadores, para ayudar a las empresas a alcanzar su mejor versión al escuchar los comentarios de sus clientes y actuar en consecuencia.**

“Medallia y SMT han sido las mejores opciones para nosotros con respecto a las prácticas y capacidades de la experiencia del cliente”, mencionó Guilherme Kolberg, Líder de Análisis de Experiencia del Cliente en XP Inc.

### En mejora constante con análisis de texto

El lema detrás del equipo de experiencia del cliente de XP es “Medir para administrar”. XP solía utilizar Net Promoter Score® (NPS) como guía e indicador de la temperatura del cliente, pero, si bien la medición de NPS es útil, XP quería detalles sobre las variables detrás de las calificaciones de NPS para que pudiera comprender realmente las necesidades y preferencias de los clientes.

De este modo, utilizando *Text Analytics* de Medallia, XP y SMT han trabajado juntos para establecer los procesos, tecnologías y prácticas para identificar los principales tópicos y temas detrás de cada uno de los aspectos que impulsan los resultados de satisfacción. **Esto permite que los equipos de XP vean los tópicos principales y comprendan el sentimiento asociado con cada uno de ellos.** Por ejemplo, durante las reuniones diarias de scrum, los equipos de Productos y Servicios ahora pueden leer y discutir los comentarios de las tendencias para identificar formas de resolver inquietudes. Esto ayuda a los asesores a resolver los problemas mientras intentan cerrar la brecha rápidamente, con el objetivo de retener a los clientes y aumentar la satisfacción.

El equipo de experiencia del cliente de XP estaba ansioso por aprovechar al máximo la plataforma de Medallia: poco después de que la compañía implementara Medallia, XP organizó su mayor evento en vivo en línea. Bajo el uso de *Text Analytics*, tanto el personal de XP, como los *brokers* externos trabajaron juntos para identificar los factores de satisfacción del cliente. Así, durante todo el evento, **los escuadrones y el equipo de marketing monitorearon los comentarios de los clientes para detectar cualquier indicio de mal funcionamiento en el sitio web y en la aplicación de registro de la Plataforma XP.**

Medallia, en combinación con la experiencia en servicio de SMT, ha permitido que XP fortalezca su compromiso con la experiencia del cliente y le ha apoyado a obtener mejores resultados.

### XP galardonada por su enfoque en el cliente

Medallia ha facilitado y vuelto más eficaz, mediante el feedback de los clientes, el proceso de resolución de problemas para los equipos de XP. En este sentido, cada equipo suele ser notificado automáticamente sobre las interacciones específicas para que puedan tomar las medidas adecuadas con prontitud. En seis meses, el NPS creció de 40 a 71, y XP ahora tiene una visión clara para obtener niveles más altos de satisfacción. Además, un análisis de 2018 mostró que los promotores de XP son 5.7 veces más valiosos que los detractores en LTV (Lifetime Value).



Los asesores de XP han adoptado Medallia con entusiasmo, comenzando con 300 y expandiéndose a 5 mil asesores que acceden a la herramienta mensualmente. Muchos grupos de negocios dentro de la empresa tienen acceso a paneles personalizados, lo que garantiza un mayor compromiso y mejora en la calidad y en los tiempos de respuesta.

Centrar los esfuerzos en una mentalidad enfocada en el cliente ha ayudado a XP a asegurar su conexión con los clientes aun cuando la empresa continúe en crecimiento. Esto ha permitido que, en el 2020, XP fuera galardonada con el premio Best Measurement in Customer Experience (Mejor Medición en la Experiencia del Cliente) otorgado por la organización North American Customer Centricity Awards (Premio de Enfoque en el Cliente de América del Norte).

“

XP está revolucionando el mercado, y nosotros continuaremos enfocándonos en brindar una experiencia excepcional a nuestros clientes”

**Guilherme Kolberg**

Líder de Análisis de Experiencia del Cliente, XP Inc.

Conozca más en [medallia.com](https://www.medallia.com)

### Acerca de Nosotros

Medallia es pionera y líder del mercado en gestión de experiencias. La galardonada plataforma SaaS de Medallia, Medallia Experience Cloud, lidera el mercado en la comprensión y gestión de la experiencia para clientes, empleados y ciudadanos. El uso de Medallia por parte de los clientes puede reducir la rotación, convertir a los detractores en promotores y compradores y crear oportunidades de venta cruzada y ascendente al instante, lo que permite un rendimiento claro de la inversión.

[Medallia.com](https://www.medallia.com) © Medallia®, el logotipo y los nombres y marcas asociados con los productos de Medallia son marcas comerciales de Medallia y/o de sus afiliados. Net Promoter, Net Promoter Score y NPS son marcas comerciales registradas de Bain & Company, Inc., Fred Reichheld y Satmetrix Systems, Inc. Todas las demás marcas comerciales son propiedad de sus respectivos dueños.

### Sobre SMT

SMT es un socio global de Medallia que se especializa en el diseño, implementación y gestión de programas de experiencia. SMT aporta experiencia en consultoría estratégica y técnica, así como conocimiento de las mejores prácticas para acelerar el logro de resultados comerciales para nuestros clientes compartidos.

1- Según análisis de 2018.