



CASO DE ÉXITO

Utilizar el feedback para permitir una mejora ágil y un desarrollo orientado al cliente



Aumento de 3 puntos en el índice de satisfacción medio

Reducción del 60% de los tiempos de carga de las páginas

Numerosas mejoras en la usabilidad de la página web impulsadas por los clientes

RESUMEN

La empresa mundial 3M fabrica más de 60.000 productos en varios sectores: atención sanitaria, de seguridad e industrial, transporte y electrónica, y mercados de consumo.

When 3M consolidated more than 1000 legacy ERP systems into one global platform, the company looked for ways to improve the new experience for distributors.

Gracias al feedback directo de los distribuidores, 3M pudo introducir diseños innovadores para mejorar los flujos de trabajo clave.

Las puntuaciones medias de satisfacción aumentaron en 3 puntos, gracias a una reducción del 60% en los tiempos de carga de las páginas y a numerosas mejoras en la usabilidad del sitio centradas en el cliente.

Haciendo más fácil hacer negocios con 3M

3M utiliza la ciencia para mejorar vidas y ayudar a resolver los retos más difíciles del mundo. La multinacional fabrica decenas de miles de productos, generando más de 35.000 millones de dólares en ventas anuales, con operaciones en más de 50 países. Como fabricante, 3M recurre a menudo a distribuidores y socios externos para llevar los productos al mercado.

3M ha vinculado la satisfacción a las métricas operativas y financieras. Por ejemplo, saben que reciben aproximadamente el doble de llamadas de detractores que de promotores, por lo que eliminar los problemas que provocan las llamadas supone un gran ahorro de costes. La empresa también obtiene varios puntos de crecimiento de ingresos adicionales de los promotores que están muy satisfechos y comprometidos. Así pues, las inversiones en la satisfacción de los distribuidores son fundamentales para sentar las bases de un crecimiento más rápido de los ingresos orgánicos.

Emparejar el CX y el desarrollo ágil para mejorar la experiencia online

Más de un tercio de los ingresos totales de 3M pasa por su sitio web de distribución B2B, lo que la convierte en una de las mayores plataformas de comercio electrónico del mundo. Cuando la empresa integró más de 1.000 sistemas ERP heredados en una plataforma global, introdujo cambios en las partes del sitio web orientadas al cliente.

El feedback inicial tras el lanzamiento apuntaba a la necesidad de aumentar la velocidad del sitio web. Para diagnosticar mejor las causas, el equipo tomó las 100 respuestas de los distribuidores y las repartió entre 10 líderes, que hicieron un seguimiento directo con los distribuidores.

A partir de estas conversaciones, el equipo identificó 3 temas principales, pero el más importante estaba relacionado con el rendimiento del sitio web. Se tardaba unos 8 segundos en

visualizarse. Aunque había buenas razones técnicas para ello, el feedback de los distribuidores dejaban claro que era demasiado lento en relación con las expectativas de los usuarios. Resolver este problema se convirtió en el primer gran proyecto de mejora.

Los equipos técnicos idearon una nueva forma de diseñar la plataforma, lo que requirió una gran inversión y el apoyo de la dirección. A medida que fueron mejorando los tiempos de carga de las páginas, pudieron ver cómo mejoraban las puntuaciones y los comentarios.

La persona que había estado dirigiendo el proceso empezó a trabajar en formas de ampliar el enfoque a más equipos. Ampliaron el número de llamadas de seguimiento de "close the loop" haciendo participar a los equipos de operaciones. Y a medida que se producían esas conversaciones, crearon un "depósito de ideas" en el que los empleados podían capturar ideas y sugerencias. Los equipos se reunían semanalmente, como parte de una rutina de desarrollo ágil, para priorizar las mejoras en función de lo que fuera más importante para los distribuidores.

Todos los meses, el equipo del proyecto resumía sus progresos para la dirección, incluyendo lo que se había hecho hasta el momento y lo que seguía en la lista. El primer año, lograron una reducción del 60% en los tiempos de carga de las páginas y las puntuaciones de satisfacción subieron casi 3 puntos en una escala de 0 a 10.

Co-innovación con los distribuidores para diseñar y deleitar

Mientras que los equipos técnicos de 3M idearon la solución para mejorar los tiempos de carga de la página, algunas otras mejoras de usabilidad se originaron directamente a partir del feedback de los distribuidores y las conversaciones de seguimiento del close the loop.

Los precios de los distribuidores pueden ser muy complicados, con múltiples tipos de descuentos basados en el volumen, ofertas especiales, la aceptación de un camión de material de una sola vez y otros factores. Algunos distribuidores realizan sus pedidos directamente a través de un intercambio electrónico de datos, en lugar de utilizar la interfaz del sitio web. Antes de hacer su pedido,

Trabajamos con Medallia para establecer puestos de escucha en toda la experiencia del distribuidor, aportando cientos de historias e ideas a la organización cada día. Esta información nos ha permitido dar un impulso desde el primer despliegue y transformar las experiencias clave.

Hugh Murphy
Director Senior,
Experiencia del cliente
empresarial 3M

comprobaban el precio en el sitio web y luego lo introducían en su plataforma EDI. Los equipos de operaciones de 3M se dieron cuenta de que, a veces, los descuentos no eran interpretados correctamente por el distribuidor, lo que provocaba un desajuste de precios cuando se introducía el pedido por EDI.

La idea para resolver este problema surgió de un distribuidor: "¿Por qué no mostramos el precio normal 'antes del descuento', y luego tacharlo y mostrar el precio con descuento, como hacen en los supermercados?". Los equipos de diseño del sitio web pasaron por unas 10 iteraciones antes de poner en marcha la versión final. Esta visualización, más al estilo del consumidor, resultó ser muy eficaz. Los comentarios mostraron que la nueva experiencia introdujo un elemento de "sorpresa y deleite" en la experiencia online del distribuidor.

Sobre nosotros

Medallia es pionera y líder del mercado en la Gestión de la Experiencia. La galardonada plataforma SaaS de Medallia, Medallia Experience Cloud, lidera el mercado en la comprensión y gestión de la Experiencia de Clientes, Empleados y Ciudadanos. Utilizando Medallia, los clientes pueden reducir la pérdida de clientes, convertir a los detractores en promotores y compradores y crear oportunidades de venta cruzada y de aumento de ventas al momento, permitiendo un claro retorno de la inversión. medallia.com/latam/