

¡GUÁRDALO!

GUÍA PARA CALCULAR EL ROI DE UNA INICIATIVA DE CX

EXPERIMENTO PASO A PASO 



Julián Bedoya Jiménez
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA

TEN PRESENTE:

Es posible cuantificar el ROI de una iniciativa de CX, pero no es posible cuantificar el ROI de la experiencia en general.

¿POR QUÉ?

Porque no se puede aislar el efecto total que tiene CX en los resultados del negocio respecto a los efectos de las otras áreas.

Y por eso, para aislar el efecto de una iniciativa puntual de CX, se debe hacer un experimento.

Mira cómo →

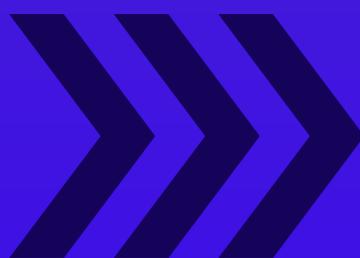
PASO **1**

Define la acción de mejora de la experiencia del cliente (CX)

Ejemplo:

Implementar un nuevo chat de acompañamiento 24/7 para los usuarios de tarjeta de crédito.

El servicio de tarjeta de crédito tiene alta tasa de abandono (churn rate) por problemas de los clientes con malas liquidaciones o cobros inesperados.



PASO 2

Define las métricas de negocio y el objetivo

Ejemplo:

1. Métricas: churn, CLTV, cuota de manejo.
2. Objetivo: reducir el churn.

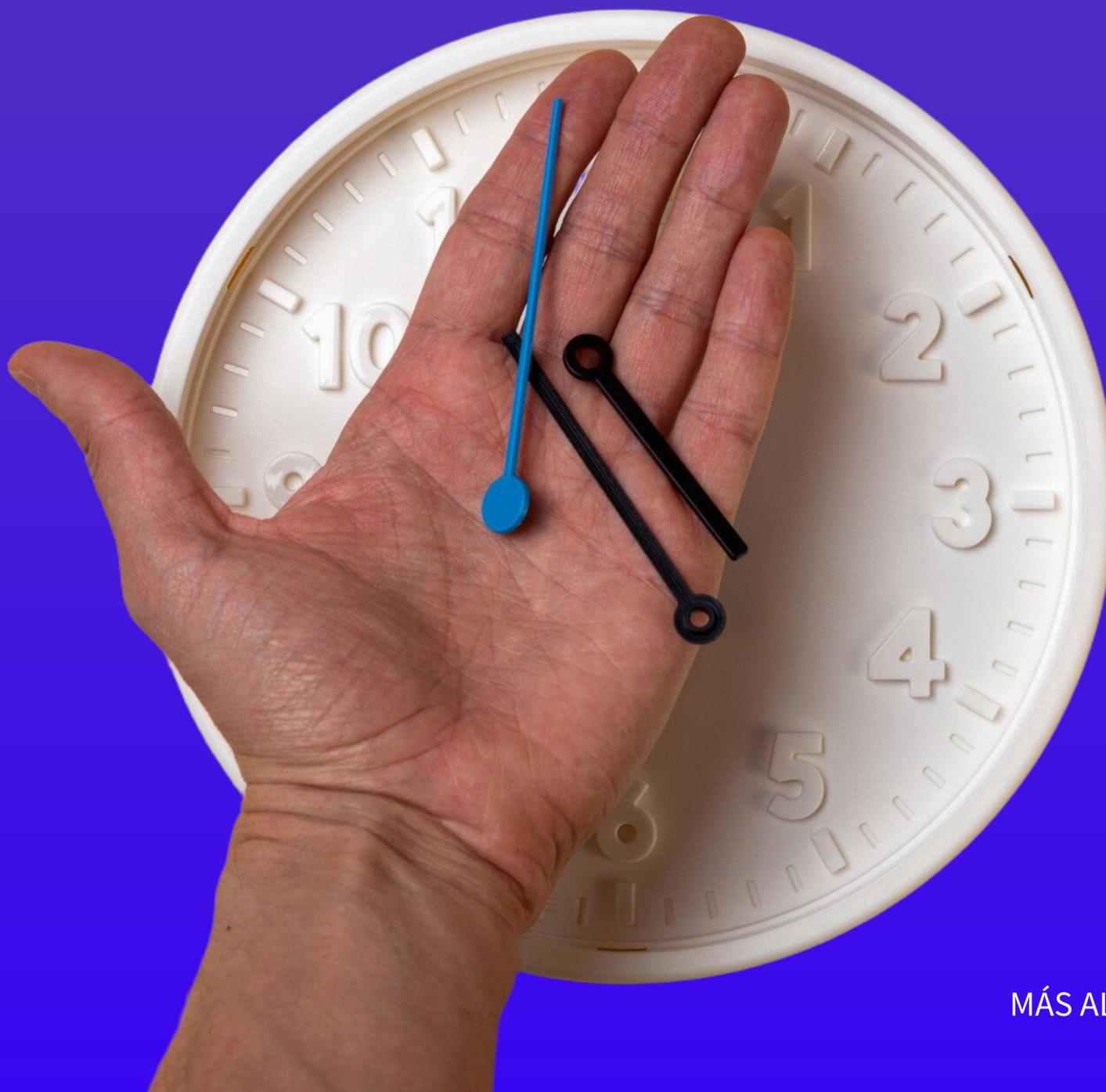


PASO 3

Define el tiempo en que correrás el experimento

Ejemplo:

T (meses) = 3.



PASO 4

Define dos grupos de clientes de similar composición

Ejemplo:

1. Grupo A: 500 clientes de tarjeta de crédito, franquicias Visa y MasterCard, de 1 a 2 años con la tarjeta, empleados, 1 a 3 transacciones al mes.
2. Grupo B: igual que el grupo A.



PASO 5

Aplica la acción de mejora (tratamiento) a un grupo

Ejemplo:

1. Grupo A: se les habilitará el nuevo chat de acompañamiento 24/7. A este grupo se le conoce como grupo experimental.
2. Grupo B: no se hace nada. A este grupo se le conoce como grupo de control.



PASO 6

Recopila las métricas de negocio para ambos grupos

Ejemplo:

Recoger los datos de churn durante los 3 meses que dura el experimento.



PASO 7

Calcula el ROI de la iniciativa de CX

Ejemplo:

$$ROI = \frac{\text{Ingresos} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}} \times 100\%$$

$$ROI = \left[\frac{\text{Ingresos}}{\text{Inversión}} - 1 \right] \times 100\%$$

$$ROI = \left[\frac{\sum_{t=1}^T (\text{churn}_{C,t} - \text{churn}_{E,t}) \times N \times CM}{C_{imple} + C_{mante} \times T} - 1 \right] \times 100\%$$

$$\begin{aligned} ROI &= \left[\frac{(0.3 - 0.2) \times 500 \times \$15}{\$1000 + \$500 \times 3} + \frac{(0.3 - 0.15) \times 500 \times \$15}{\$1000 + \$500 \times 3} \right. \\ &\quad \left. + \frac{(0.3 - 0.1) \times 500 \times \$15}{\$1000 + \$500 \times 3} - 1 \right] \times 100\% = \mathbf{35\%} \end{aligned}$$

$\text{churn}_{C,t}$ Tasa de abandono del grupo de control en el mes t

$\text{churn}_{E,t}$ Tasa de abandono del grupo experimental en el mes t

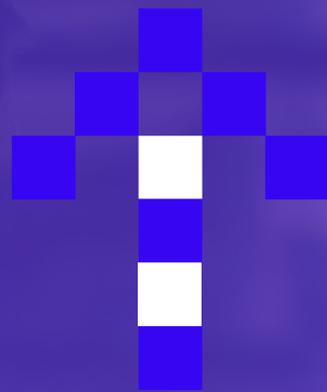
N Tamaño de clientes de los grupos

CM Precio de la cuota de manejo

C_{imple} Costos de implementación de la iniciativa

C_{mante} Costos de mantenimiento de la iniciativa

¡GUÁRDALO!



TE INVITO A LOGRAR TODOS TUS RETOS DE CX

Cuenta conmigo para descubrir cómo ir más allá de la experiencia



Julián Bedoya Jiménez
MÁS ALLÁ DE LA EXPERIENCIA