

# Customer Experience



# Customer Experience



¿Cómo diseñar una experiencia **memorable**?



**¿CÓMO DISEÑAR  
UNA EXPERIENCIA  
MEMORABLE?**

A hot air balloon is being inflated at sunrise. The balloon's envelope is partially filled with air, and the burner is lit, creating a bright orange and yellow glow. Several people are visible in the foreground, some standing and some working on the balloon's ropes. The background shows a desert landscape under a clear sky.

# ¿CÓMO DISEÑAR UNA EXPERIENCIA MEMORABLE?

**1. Excede las expectativas**

A night scene at a festival or event. In the foreground, several people are standing and talking. In the middle ground, there are several white vans parked in a line. In the background, a large hot air balloon is visible, illuminated from below, creating a warm, orange glow. The overall atmosphere is festive and busy.

# ¿CÓMO DISEÑAR UNA EXPERIENCIA MEMORABLE?

**2. Haz que se sienta único, personalizado**

### 3. Genera uno o varios de estos:

- Sorpresa
- Deseo
- Intriga
- FOMO (Fear of Missing Out)
- Adrenalina
- Alegría
- Risa
- Descubrimiento



“

Mejor ser único a ser el mejor.

”



Why Certain Experiences Have Extraordinary Impact

*New York  
Times  
Bestseller*

# THE POWER OF MOMENTS

**CHIP HEATH & DAN HEATH**

The bestselling authors of *SWITCH* and *MADE TO STICK*



A young girl with dark hair, wearing a yellow shirt, is reaching up towards a cluster of ripe, red and green apples hanging from a tree branch. She has a look of anticipation on her face. The background is filled with more apple trees and foliage, creating a lush, natural setting. The text "POWER OF MOMENTS" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters across the center of the image. In the top right corner, there is a small green graphic element consisting of a triangle and a circle.

# POWER OF MOMENTS

# POWER OF MOMENTS



★ Elevación

★ Orgullo

★ Hallazgo

★ Conexión

# Elevación

---

- Se salen de la rutina
- Elevan placeres sensoriales
- Agregan elemento sorpresa
- Nos hacen sentir: enganchados, motivados, felices, sorprendidos





# Elevación

## Cómo se hacen:

1. Creando picos
2. Rompiendo el guion

A person wearing a white shirt is shown from the chest up, holding a red apple. They are standing in a field of green foliage, possibly a farm or orchard. The background is slightly blurred, focusing on the person and the apple. In the top right corner, there is a green triangle pointing downwards and a small green circle.

# Elevación

---

## 1. Crear picos

- Algo especial debe verse y sentirse diferente.
- No tienes que hacer todo memorable, solo ser ocasionalmente memorable

# Elevación

## 1. Crear picos





# Elevación

---

## 2. Romper el guión

Desafiar las expectativas

Sorprender estratégicamente:

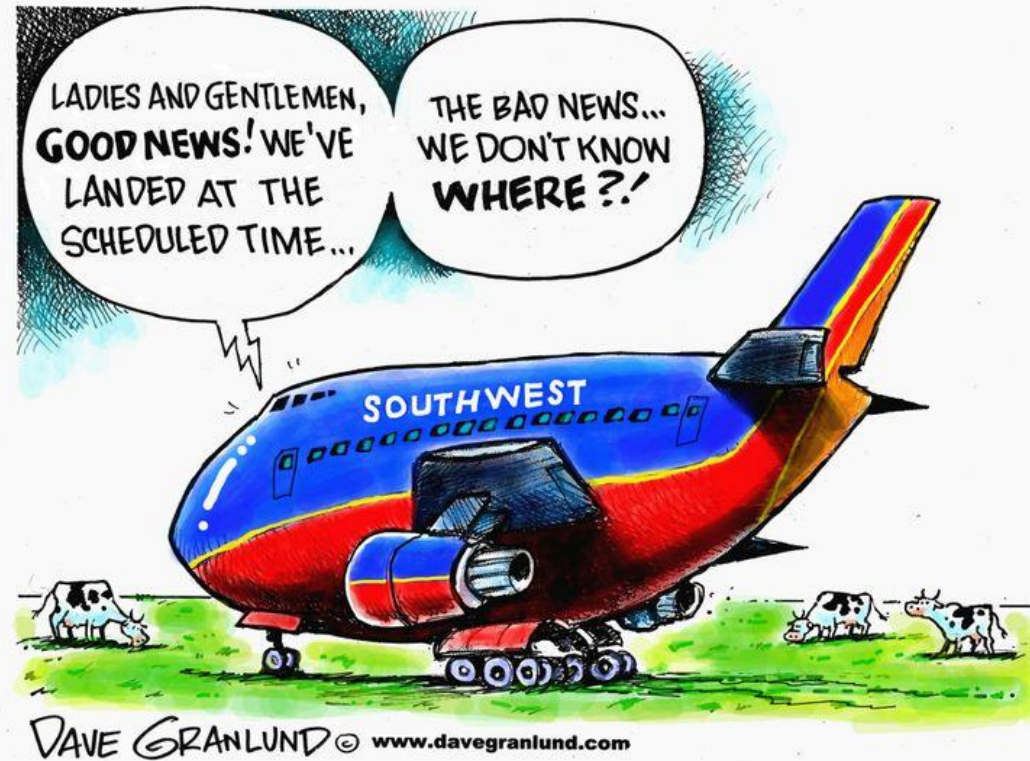
- Hay que entender el Script primero
- Tu sorpresa no puede volverse familiar.

**Lo familiar no es memorable.**

- Tienes que ser semi espontaneo

# Elevación

## 2. Romper el guión



B News ▶ Business ▶ Eating Out in Bristol

## Why Pret gives out free coffee and food - and how they choose who gets it

This is why some people randomly get given their order for free

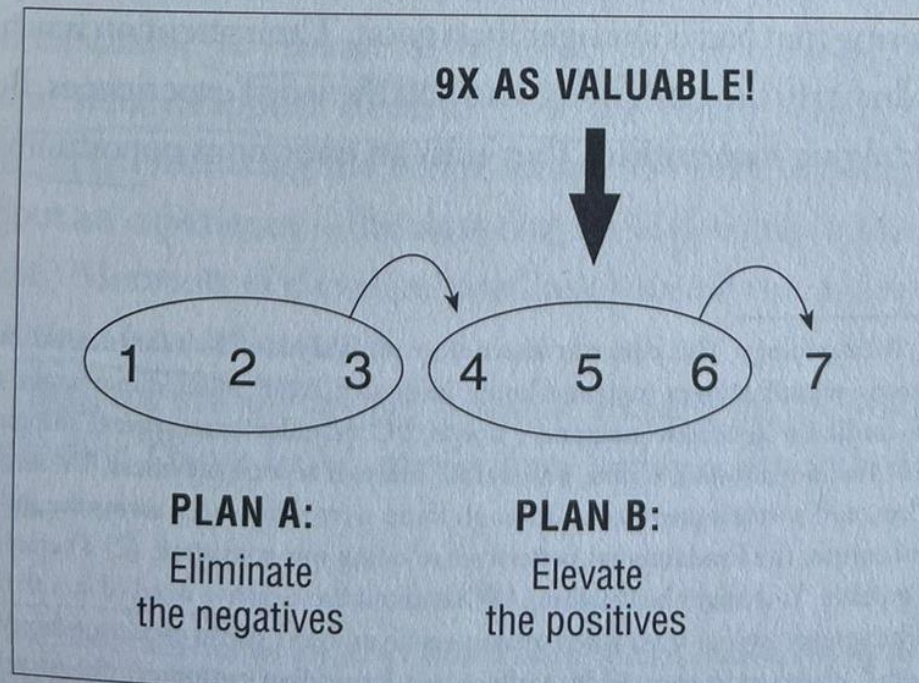
“

**Abraza la humanidad y la  
espontaneidad**

”

# Elevación

As a result, choosing between Plan A and Plan B is not a close call. Here's the astonishing finding from the Forrester data: If you Elevate the Positives (Plan B), you'll earn *about 9 times more revenue* than if you Eliminate the Negatives (Plan A). (8.8 times, to be precise.) Yet most executives are pursuing



# POWER OF MOMENTS



★ **Elevación**

- ★ Crear picos
- ★ Romper el guión

★ **Orgullo**

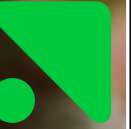
★ **Hallazgo**

★ **Conexión**

# Hallazgo

---

- Generan epifanías o transformaciones
- Se pueden generar por diseño

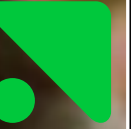


# Hallazgo

---

**Cómo se hacen:**

1. Escalando la verdad

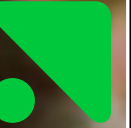


# Hallazgo

---

## 1. Escalando la verdad

- Es una realización inesperada, que no viste venir, que sabes visceralmente que es lo correcto.
- Es incómodo
- Dramatizar los problemas



# Hallazgo

## 1. Escalando la verdad

The Past



Current



The Future



“

**No puedes apreciar la solución hasta  
que aprecias el problema o el daño**

”

# POWER OF MOMENTS



★ **Elevación**

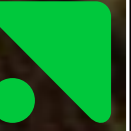
- ★ Crear picos
- ★ Romper el guión

★ **Orgullo**

★ **Hallazgo**

- ★ Escalando la verdad

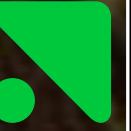
★ **Conexión**



# Orgullo

---

- Celebrar los logros
- Nos inflan el pecho



# Orgullo

---

## Cómo se hacen:

1. Reconociendo a otros
2. Multiplicando hitos

A person wearing a yellow shirt is shown from the chest up, holding a pink flower. The background is a lush garden with green leaves and other pink flowers. In the top right corner, there is a green graphic element consisting of a triangle and a circle.

# Orgullo

---

## 1. Reconociendo a otros

- Tiene que ser auténtica, personalizada, espontánea y frecuente



# DONORS CHOOSE



## Orgullo

---

### 1. Reconociendo a otros

Letter to Ms. Alison September, 18, 20

Dear Ms. Alison,

We want to thank you for donating the books to our class room, you are very appreciated! You don't know how much your generous act will impact on our reading and vocabulary. We see many books that grabbed our interest and we can't wait to read them!

Thank you again,

“

**Una pequeña inversión en reconocer  
a otro puede cambiarle la vida**

”

A close-up photograph of a person wearing a yellow long-sleeved shirt, holding a ripe red apple. The person is outdoors, surrounded by green foliage and a white flower. The image is used as a background for a presentation slide.

# Orgullo

---

## 2. Multiplicando hitos

- Multiplicar la cantidad de veces que se siente orgullo
- Partir las grandes metas en “niveles”
- Celebrar hacia atrás

# COUCH TO 5K TRAINING PLAN:

## 4 WEEKS, FOR ACTIVE PEOPLE!



THIS PLAN IS DESIGNED FOR PEOPLE WHO DON'T RUN REGULARLY,  
BUT HAVE SOME FITNESS FROM OTHER PURSUITS OR SPORTS

	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
1	Rest or Cross-train	10 x 2 min walk / 1 min run	Rest or Cross-train	10 x 2 min walk / 1 min run	Rest or Cross-train	Rest or Cross-train	12 Minute Long Run
2	Rest or Cross-train	15 x 1 min walk / 1 min run	Rest or Cross-train	15 x 1 min walk / 1 min run	Rest or Cross-train	Rest or Cross-train	18 Minute Long Run
3	Rest or Cross-train	15 x 30 secs walk / 90 secs run	Rest or Cross-train	15 x 30 secs walk / 90 secs run	Rest or Cross-train	Rest or Cross-train	26 Minute Long Run
4	Rest or Cross-train	10 x 1 min walk / 2 min run	Rest or Cross-train	10 x 1 min walk / 2 min run	Rest or Cross-train	Rest	Run 5K!

- Start off every workout with a brisk 5 minute walk to warm up!
- Don't worry about your speed - just focus on being able to keep running (even if it's slow!)
- For the Sunday long runs, try to run the whole way - but walking breaks are acceptable.
- If in doubt or feeling tired, take an extra rest day or repeat a week.
- Strength train 3 x per week.
- Get the full 4 Week Couch To 5K Training Plan + Advice at [marathonhandbook.com](http://marathonhandbook.com)

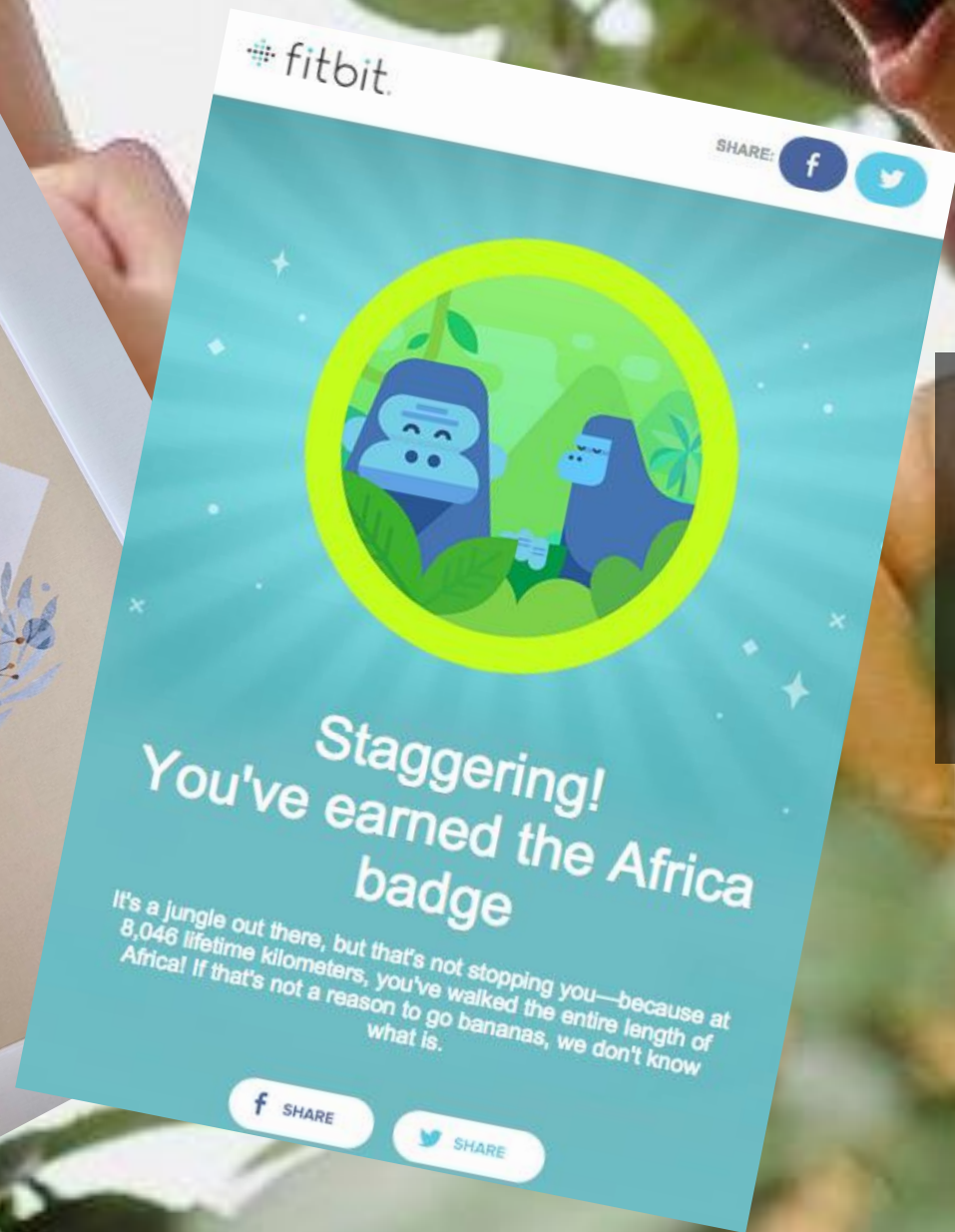
# Orgullo

## 2. Multiplicando Hitos



# Orgullo

## 2. Multiplicando Hitos



# Orgullo

## 2. Multiplicando Hitos

A background image showing a person's hands holding a ripe peach in a garden setting. The person is wearing a light-colored shirt. The scene is outdoors with green foliage and a bright sky.

# Orgullo

---

## 2. Multiplicando hitos

- ¿Qué es inherentemente motivante?
- ¿Qué sería valioso celebrar que tome algunas semanas o meses (no años)?
- ¿Cuáles logros están escondidos en el pasado y que vale la pena mostrar y celebrar?

“

**Replantea un viaje largo para que  
tenga muchas metas cumplidas**

”

# POWER OF MOMENTS



## ★ Elevación

- ★ Crear picos
- ★ Romper el guión

## ★ Orgullo

- ★ Reconociendo a otros
- ★ Multiplicando hitos

## ★ Hallazgo

- ★ Escalando la verdad

## ★ Conexión



## Conexión

---

- Nos vinculan con otros.
- Sentimos unidad, empatía, validación, calidez



# Conexión

---

## **Cómo se hacen:**

1. Sincronización
2. Relaciones profundas



# Conexión

---

## 1. Sincronización

- Sincronizar nuestras reacciones.
- Volver real lo abstracto a través del contacto físico.



# Conexión

## 1. Sincronización



# Conexión

---

## 2. Relaciones profundas

- Ser Responsivo: te entiendo, valido y me encargo
- Lograr alta intimidad



# Conexión

---

## 2. Relaciones profundas



**Institute *for*  
Healthcare  
Improvement**

**LAS 36  
PREGUNTAS  
QUE LLEVAN  
A UNA MAYOR  
INTIMIDAD  
Y CONFIANZA.**

**52**

**Conexión**

---

**2. Relaciones profundas**

# POWER OF MOMENTS



## ★ Elevación

- ★ Crear picos
- ★ Romper el guión

## ★ Orgullo

- ★ Reconociendo a otros
- ★ Multiplicando hitos

## ★ Hallazgo

- ★ Escalando la verdad

## ★ Conexión

# Actividad

## Creando momentos

- Así como en el ejemplo de Popsicle Hotline, vamos a diseñar un par de experiencias a detalle.
- Llena los campos con los detalles de aquel momento especial que vas a diseñar.
- Te ponemos un ejemplo...

# Creando momentos



Objetivo:

Tipo de momento:  Tipo de táctica:

Nombre del momento:

Descripción:

Siguiente oportunidad para aplicarlo:

Quién:  Cuándo:

Tiempo:  Dinero:

Cómo sabrás si lograste ser extraordinario (métrica):



**GRACIAS**

A group of four people (three women and one man) are seated around a table in a meeting room, engaged in a discussion. The image is overlaid with a semi-transparent blue grid pattern. The text 'CAVPLUS1 B' is centered over the grid, underlined with a blue line.

**CAVPLUS1 B**

# Portafolio a vencimiento cerrado

Marzo 2023

# OBJETIVO PRINCIPAL DE LA CAMPAÑA



Atracción de  
dinero **nuevo** a  
partir de  
**\$50,000.00 M.N.**

# OBJETIVO CAVPLUS1

- Es el crecimiento del capital en pesos
- Mediante la obtención de bonos emitidos por el Gobierno Federal al término de su plazo,
- De una rentabilidad objetivo anual entre el 10% y el 11%

## CLIENTE OBJETIVO

- Clientes que no requieran liquidez durante la vigencia del CAV y tienen un contrato bajo los planes, CS y Capital plus.
- Que ya hayan invertido en un CAV
- Que no hayan invertido pero tienen mismas características de clientes que ya invirtieron en un CAV
- Clientes para retención (por su comportamiento en movimientos en su contrato reflejan la intención de retiro total).

# INFORMACIÓN BÁSICA

---



Nombre corto: CAVPLUS1B



Clasificación: Renta fija



Fiduciaria: Skandia Life, S.A de C.V.



Objetivo de rentabilidad: Entre el 10% y 11% anualizado



Permanencia obligatoria: 28/03/2023 hasta el 29/03/2024 (367 días naturales)



Régimen Fiscal: Régimen de renta fija

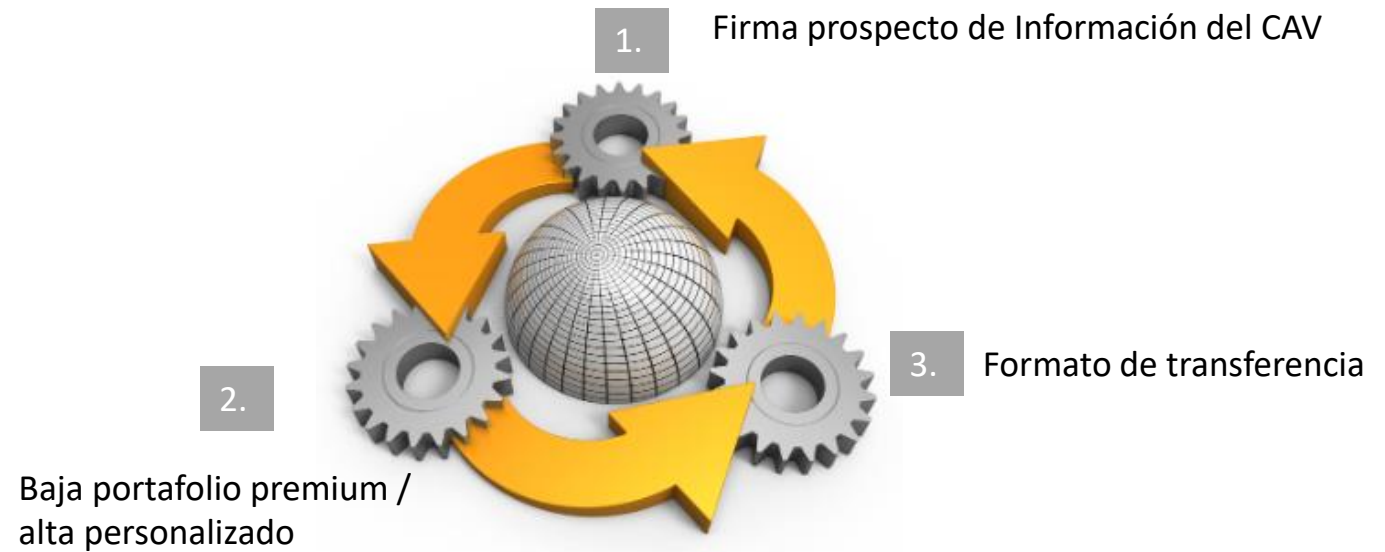


Planes que tiene acceso: Este portafolio CAV está abierto para clientes que cuenten con el producto Capital Seguro y Capital Plus.

# PROCESO OPERATIVO

---

Portafolio **Premium o Plus**



# LIQUIDEZ FONDOS/PORTAFOLIOS

Para realizar la Baja de Portafolio Premium	Dias a Liquidar	Fecha Limite para solicitar la baja
Conservador	Mismo dia	23 de marzo (6:00 p.m.)
Estabilidad	4 dias	16 de marzo (11:30 a.m.)
Moderado	4 dias	16 de marzo (11:30 a.m.)
Moderado USD	4 dias	16 de marzo (11:30 a.m.)
Dinamico	4 dias	16 de marzo (11:30 a.m.)
Especulativo	4 dias	16 de marzo (11:30 a.m.)

De fondo no liquidos a liquido	Dias a Liquidar	Compra fondo Liquido
SK- DCP	Mismo dia	23 de marzo (6:00 p.m.)
SK-DEST	4 dias	16 de marzo (11:30 a.m.)
SK-RVMX	4 dias	16 de marzo (11:30 a.m.)
SK-RVST	4 dias	16 de marzo (11:30 a.m.)

PORTAFOLIOS PLUS	Dias a Liquidar	Fecha Limite para solicitar la baja
FT-BONDBF1	4	16 de marzo (11:30 a.m.)
FT-LIQUBF2	Diaria	23 de marzo (6:00 p.m.)
PRINLS0FC	4	16 de marzo (11:30 a.m.)
PRINLS1FC	5	15 de marzo (11:30 a.m.)
PRINLS2FC	5	15 de marzo (11:30 a.m.)
PRINLS3FC	5	15 de marzo (11:30 a.m.)
PRINRVAXB	3	17 de marzo (11:00 a.m.)
SCOTDVCF1	3	17 de marzo (11:00 a.m.)
SCOTMA1F1	3	17 de marzo (11:00 a.m.)
TEMGBIABE2	5	15 de marzo (11:30 a.m.)
XPERT-BB1	4	16 de marzo (11:30 a.m.)
XPERT-CB1	4	16 de marzo (11:30 a.m.)
XPERT-DB1	4	16 de marzo (11:30 a.m.)

**FECHA MÁXIMA PARA COMPRA 23 DE MARZO  
ANTES DE LAS 18:00 HORAS**

Ejercicio Cliente nuevo/Aportación nueva.

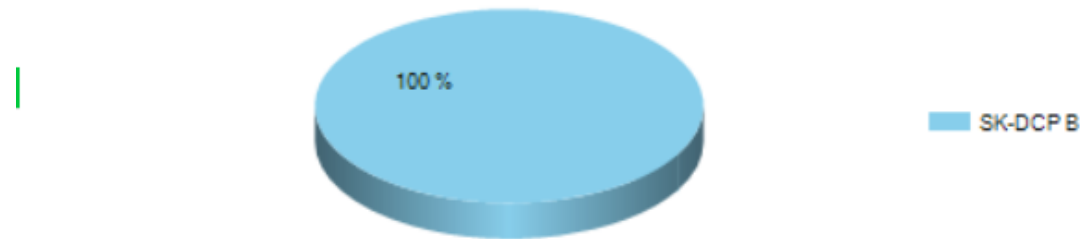
CONTRATO: 534029

» Portafolio

PORTAFOLIO PREMIUM CONSERVADOR

marzo 2023

domingo	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



Esta interesado en el CAV ¿Qué puede hacer para que la aportación nueva que realice se invierta en el C.A.V.?

1. Realizar la aportación,
2. Solicitar la baja de su portafolio premium a personalizado
3. Firmar Prospecto de información del CAV
4. Llenar y firmar formato de transferencia del fondo SK-DCP para comprar el C.A.V.

Al tener un fondo liquido puede realizar la aportación el mismo 23 de marzo antes de las 11:30 horas y enviar ese mismo día antes de las 18:00 horas los formatos 2,3 y 4.

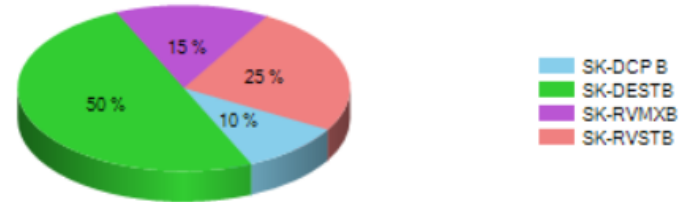
## Ejercicio Retención.

CONTRATO: 354029

Fondo	Porcentaje
SK-DCP B	10 %
SK-DESTB	50 %
SK-RVMXB	15 %
SK-RVSTB	25 %
Total	100 %

### » Portafolio

PORTAFOLIO PREMIUM DINAMICO



marzo 2023

			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Esta interesado en el CAV ¿Qué puede hacer para transferir posición al C.A.V.?

El cliente quiere transferir todo o una parte del portafolio al CAV.

1. Definir con el cliente los fondos a vender
2. Solicitar la baja de su portafolio premium a personalizado
3. Firmar Prospecto de información del CAV
4. Llenar y firmar formato de transferencia para comprar el C.A.V.

Al tener varios fondos con liquidez de 4 días se tiene que enviar a más tardar los formatos 2,3 y 4 el .

## ¿QUÉ PASA CON LA INVERSIÓN AL TÉRMINO DEL C.A.V.?

De no haber recibido instrucción de retiro o transferencia del monto invertido los recursos se trasladarán automáticamente al siguiente Portafolio C.A.V., en caso de no existir renovación se transferirá al fondo de liquidez SK-DCP y permanecerá en éste hasta recibir nueva instrucción del Contratante/Asegurado.

# ¡GRACIAS!

---



*SQUAT NCCF*