



STIGA Experience Lab

Servicio integral *end-to-end* basado en comunidades virtuales que permiten interactuar con clientes y usuarios facilitando la toma de decisiones estratégicas basadas en motivaciones y comportamientos reales.

Las nuevas tecnologías permiten explorar nuevas vías de interacción con los consumidores. De este modo y gracias a las **Comunidades Virtuales** de marca o empresa las compañías pueden poner a sus **clientes en el centro de las decisiones CX**.

Se facilita así la toma de decisiones estratégicas gracias a la información facilitada directamente de forma cuantitativa y cualitativa por los consumidores de la comunidad.

Las Comunidades Virtuales permiten un **acceso rápido y constante a los clientes** ayudando a mejorar la experiencia con la compañía. Su objetivo es dar respuesta de forma rápida a aspectos concretos gracias a la opinión de un grupo de consumidores que forman parte de la comunidad y representan a la cartera de los clientes. Entre las principales ventajas destacan: la continuidad en el tiempo, su flexibilidad y adaptación, así como facilitar la ruptura de las limitaciones geográficas.

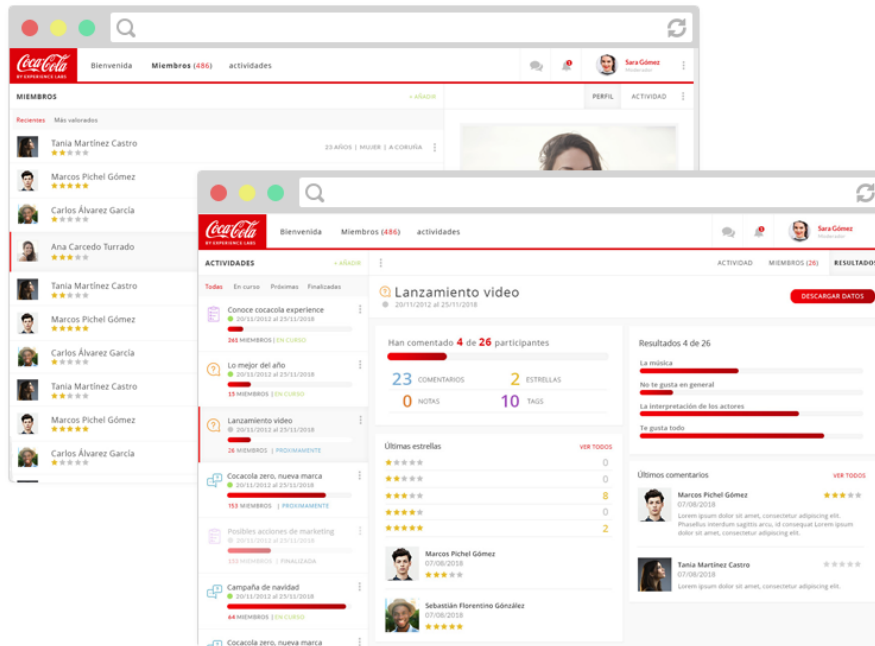
¿Qué es una comunidad virtual?

Es una plataforma online en la **que participa y opina un conjunto de clientes** a través de distintas **actividades** y dinámicas organizadas y **gestionadas por un moderador**.

El moderador fomenta la participación y gestiona la comunidad para obtener la información de mayor valor. Las actividades pueden ser tanto cualitativas como cuantitativas.

¿Quieres
saber más?

Antonio Arjonilla
Desarrollo de Negocio
aaf@stiga.es
669 44 89 08



¿Para qué sirve una comunidad virtual de clientes?

Esta metodología puede aplicarse en multitud de campos y situaciones.

▲ **Experiencia de Cliente.** Permite identificar, explorar y profundizar en cómo es la experiencia de los clientes con la empresa.

▲ **Co-creación.** Las comunidades virtuales son una potente herramienta para co-crear con los clientes a través de procesos de *design thinking*. Generando nuevas ideas para posibles formas de comunicación, contenido, productos, ...

▲ **Evaluación de productos y servicios.** Facilitan los análisis pre-lanzamiento, identificación de fallos y mejoras en prototipos o campañas...

▲ **Obtener información específica de los clientes.** La comunidad virtual permite aplicar técnicas cualitativas y cuantitativas para explorar y conocer mejor a tu target o a un público

objetivo más amplio.

▲ **Análisis de impacto en la marca.** Diagnóstico en acciones de imagen y comunicación así como el impacto en la marca.

▲ **Captación de nuevos y potenciales clientes.** De forma secundaria pueden llegar a suponer una vía para la captación de nuevos clientes.

Experience Lab se construye sobre una **plataforma tecnológica** que potencia el *engagement* de los usuarios y facilita obtener información rápida y de valor.

Además ofrece tres entornos y perfiles de usuario distintos que permite la correcta gestión de las comunidades: Perfil *corporate* (permite visualizar y controlar en todo momento la comunidad sin poder interactuar o interferir en las investigaciones), perfil moderador (gestiona los contenidos y conduce las investigaciones) y perfil usuario.


STIGA Madrid
 López de Hoyos 141
 28002 Madrid ES
www.stigacx.com

Experience Lab
 Powered by STIGA & We are testers