

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



Innovación abierta y colaborativa

¿Por qué debería interesarte la co-creación? Porque la mejor manera de anticipar el futuro es creándolo. Y mejor aún, co-creándolo. Los consumidores se han involucrado más durante la última década con los productos y servicios que adquieren, incorporando nuevas perspectivas, tendencias y enfoques que generan un valor superior. La co-creación es una manera de innovación colaborativa que permite compartir las ideas y mejorarlas significativamente.

Te preguntarás cómo puede ser que los consumidores participen de un proceso de innovación. Resulta que estos adquieren una enorme cantidad de experiencia e información durante su interacción con la marca. En este trayecto pueden confirmar qué interacción quieren con los productos y servicios y cómo mejorarla de manera enfocada. Precisamente, la co-creación permite aprovechar ese know how y usarlo eficientemente, apoyados por una plataforma digital basada en redes sociales de colaboración.

La estrategia de co-creación funciona en tres diferentes niveles:

1. Retroalimentación de los clientes en foros en línea, donde se pueden encontrar recomendaciones, comentarios e, incluso, soluciones específicas para ciertos productos;
2. Encuestas a través de todas las plataformas sociales (online y offline), para recopilar información detallada sobre las necesidades u opiniones respecto de una propuesta, un prototipo o una oferta específica; y
3. Participación directa de los clientes en los procesos de desarrollo, para ayudar a co-crear nuevos productos, a través de talleres, competencias de ideación o experimentos que registran la experiencia del usuario.

Abrir el proceso de innovación tiene muy claras ventajas. Se pueden identificar las ideas y expectativas del cliente en tiempo real, creando sinergias a partir del conocimiento colectivo en temas puntuales. La respuesta directa a las ideas del producto faculta al desarrollador para identificar errores en una fase temprana del desarrollo o de la campaña, evitando así fallas e incrementando la calidad del producto final. Finalmente, se refuerza la imagen de la marca, al prestar atención a las necesidades de sus clientes, poniéndolos de veras al centro.

Los testimonios del valor de la co-creación tienen un alto impacto, por la reputación de creatividad que dichas empresas han logrado a través de ella. La empresa sueca Ikea, famosa por su modelo de comercialización de muebles y artículos para el hogar, lanzó en 2018 una plataforma digital que alentaba a clientes y seguidores a desarrollar nuevos productos junto a ellos, centrada en: sugerencias sobre ideas de productos, campos de entrenamiento con emprendedores, colaboración con estudiantes universitarios en soluciones de productos y conectar con laboratorios de innovación del resto del mundo. Por su parte, LEGO lanzó en 2004 una plataforma de desarrollo de productos de código abierto llamada LEGO Ideas, que le ha servido para recopilar y validar la popularidad de ideas de producto.

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para que se conviertan en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



Es momento de repensar la manera en que interactúas con tus clientes, más allá del vector tradicional de ventas, para pasar a fidelizarlo y absorber su información mediante interacciones integrales en canales presenciales y digitales. Propemi BAC Credomatic tiene para ti las mejores soluciones financieras que viabilizarán lo que te propongas hacer en este y otros campos de tu actividad empresarial. Descubre las oportunidades llamando hoy mismo a tu Ejecutivo de Negocios.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu ejecutivo de negocios o escríbenos a info_propemi@baccredomatic.sv y descubre la mejor opción para tu negocio.**