

En su firme apuesta por la medición de experiencias

María Hernanz liderará 'Data&Analytics', la unidad de medición y analítica de Lukkap

- La unidad de negocio integrará los servicios de medición y analítica de experiencias off y online.
- La consultora ha desarrollado una herramienta digital propia que permitirá a sus clientes consultar en vivo la experiencia de su empresa.
- María Hernanz, directora en la unidad de Experiencia de Cliente hasta la fecha, liderará al equipo.

Madrid, XX de febrero de 2019.-Lukkap, consultora de transformación estratégica de personas y empresas, presenta Data&Analytics. La firma internacional integra así, un nuevo proyecto en el que lleva años especializándose y que **unifica todos los servicios relacionados con medición y analítica de experiencias.** De esta manera, Lukkap aprovechará todo el conocimiento desarrollado a lo largo de su trayectoria en materia de consultoría de experiencia y transformación digital.

Al frente de la unidad de negocio se situará **María Hernanz como directora general.** Hernanz, licenciada en Derecho y Administración de Empresas por ICADE y Máster en Marketing Research e Investigación de Mercados por ESIC Business & Marketing School, ha desarrollado la mayor parte de su carrera en Lukkap, formando **parte activa del desarrollo de la metodología de medición de la consultora.**

“Las necesidades del mercado nos han empujado a querer llevar la medición y la analítica un paso más allá. Hoy en día los datos son importantes para todos, pero, precisamente por ello, no debemos quedarnos en tener el número, sino en entender qué hay detrás de él y, sobre todo, saber qué podemos hacer con ello” destaca María Hernanz. Y es que, en la actualidad, existe una fiebre por tener un número, pero el problema está en que no sabemos qué hacer con él. ***“Desde Data&Analytics ofrecemos soluciones a nuestros clientes que les permiten tener***

palancas accionables para conseguir mejorar sus resultados” concluye Hernanz.

Medir las experiencias para transformar las compañías

Tras años de dirección y ejecución de proyectos de transformación de la experiencia de cliente, Hernanz liderará una unidad de negocio que tiene por objetivo **transformar las compañías en base a la medición de experiencias.**

“Nuestro valor diferencial radica en la unión de fuerzas. Contamos con un equipo experto en medición y analítica, capaz de entender e interpretar el dato más allá del simple número, y poseemos un amplio conocimiento en materia de consultoría de experiencia de cliente, empleado y usuario que nos permite ofrecer al cliente una solución integral” señala Hernanz.

A nivel sectorial, desde Data&Analytics ya se está trabajando con empresas del sector retail, farma, banca o seguros, aunque Hernanz destaca que *“la medición debe ser multisectorial”*. *“Detrás de cualquier empresa, independientemente del sector, hay empleados, clientes y colaboradores que viven una experiencia determinada con la compañía. Saber lo que está ocurriendo nos va a permitir poder llevar a cabo distintas acciones que mejoren nuestro objetivo como empresa”* añaden desde la unidad.

Tecnología como hilo conductor de la transformación

Asimismo, la consultora ha desarrollado una herramienta tecnológica que permite a sus clientes *“llevar la experiencia de su empresa en el bolsillo”*. *“Xpocketes la primera herramienta online que te permite medir, de una forma veraz, la experiencia de tu empresa, pudiendo ver en un solo vistazo las historias emocionales, obtener palancas accionables que permitan al negocio olvidarse de los datos aburridos y actuar verdaderamente sobre los resultados. Es una herramienta personalizable y sin necesidad de instalación, que convierte la experiencia en la forma de mejorar los resultados de negocio, porque indica lo que*

verdaderamente importa para mover los KPIs de las compañías” añade María Hernanz.