

73% no comprará en PDV con mala experiencia de compra.  
Pág. 74

El *ecommerce* en LATAM se expandirá un 31% por año hasta el 2025.  
Pág. 28

mercadotecnia publicidad medios

# Merca2.0<sup>®</sup>

Año 22 No.261, NOVIEMBRE 2023

\$100.00

líderes en mercadotecnia, publicidad y medios

[www.merca20.com](http://www.merca20.com)

## RANKING



# MARCAS DIGITALES

00261

7 254534 196521

REVISTA MERCA 2.0 ED. 261 PVP \$100.00 M.N.

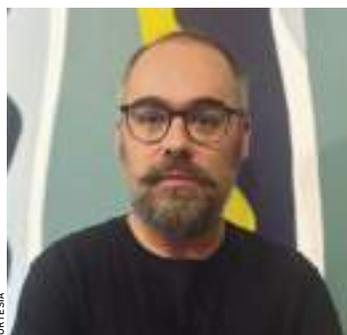


BIGSTOCK

# ABCW: Creando experiencias que rompen las expectativas

Experiencias que definen la excelencia en *marketing* y publicidad, con un enfoque en la empatía, la anticipación y la satisfacción del cliente.

ABCW, es una empresa líder en servicios de *marketing* y comunicación que ha experimentado una transformación notable en su enfoque para ofrecer soluciones excepcionales a sus clientes. Con una historia rica en la prestación de servicios al cliente, la empresa ha evolucionado hacia la creación de experiencias que van más allá de las expectativas, permitiéndoles ser no solo parte de la solución, sino también de la ejecución.



CORTESÍA

**Guillermo Marin**, Co-Fundador y Key Account Director ABCW.

Se le pregunta a Guillermo Marin, Co-Fundador y Key Account Director ABCW: ¿En que se basa la “experiencia ABCW”? A lo que nos respondió: “Se basa en la entrega de servicios que superan las expectativas, contribuyendo significativamente a alcanzar los objetivos y resultados de sus socios comerciales. Este cambio en la filosofía de la empresa no solo ha implicado un enfoque en la calidad del servicio, sino también en la adopción de herramientas digitales de vanguardia, la simplificación de procesos, y la integración de un talento internacional que aporta soluciones globales y efectivas”.

Por ello ABCW ha creado una cultura organizacional que reconoce que todo lo que hacen tiene un impacto en la experiencia que brindan a sus clientes. Cada miembro del equipo comprende que

tienen el poder de influir en la calidad de esa experiencia. Para implementar esta nueva cultura, se han establecido cuatro pilares fundamentales:

1.- Establecer internamente procesos y protocolos que nos permitieran responder de forma más veloz y eficaz.

2.- Estar en constante capacitación y actualización sobre conceptos y últimas tendencias de *marketing* digital.

3.- Asegurarnos de tener un pleno conocimiento de nuestros clientes y sus objetivos de negocio.

4.- Anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes.

Con estos conceptos, ABCW no solo está cambiando la forma en que brinda servicios, sino que también está liderando una revolución en la experiencia del cliente. La agencia se ha convertido en una fuerza disruptiva en su industria y demuestra que, al adoptar un enfoque centrado en el cliente, se pueden lograr resultados notables y superar las expectativas en todos los sentidos.

Gracias a esta estrategia y cultura aplicadas, ABCW ha logrado mantener una retención de doble dígito trimestre tras trimestre en todos los segmentos de clientes que atienden. Además, han capitalizado sus esfuerzos comerciales para lograr un crecimiento sostenido. ABCW se destaca como una empresa que no solo ofrece servicios excepcionales, sino que también crea experiencias que superan las expectativas y generan resultados excepcionales para sus clientes.

Por otro lado, la agencia ABCW ha logrado algo que pocos pueden afirmar con orgullo: una retención de clientes de doble dígito trimestre tras trimestre en todos los segmentos que atienden. ¿Cuál es el secreto detrás de este impresionante logro? La fórmula mágica de ABCW combina una mentalidad abierta, empatía genuina y un compromiso inquebrantable con la satisfacción del cliente.

Dentro del competitivo mundo de la publicidad y el *marketing*, donde las

expectativas cambian constantemente y las tendencias evolucionan rápidamente, ABCW se destaca no solo por mantener a sus clientes, sino por ayudarlos a crecer de manera sostenida.

Además, el compromiso de ABCW va más allá de simplemente proporcionar un servicio excepcional; se trata de crear una experiencia que supera cualquier expectativa. Cada miembro del equipo se esfuerza por ponerse en los zapatos del cliente, entender sus necesidades y anticiparse a sus deseos. Esta empatía sincera es lo que impulsa la fórmula perfecta de la agencia.

“En la base de esta estrategia se encuentra la premisa de que cada empleado de ABCW tiene el poder de influir en la experiencia del cliente. No se trata solo de cumplir con una descripción de trabajo, sino de ir más allá, de ser proactivo y de estar dispuesto a hacer todo lo necesario para garantizar el éxito del cliente”

“Este enfoque proactivo y orientado al cliente se combina con una cultura de anticipación. ABCW se enorgullece de no solo resolver los problemas que se presentan, sino de prever las necesidades futuras de sus clientes. La anticipación es la clave para asegurar que los resultados sean no solo satisfactorios, sino sobresalientes” comenta Guillermo Marin, Co-Fundador y Key Account Director ABCW

Un factor adicional que ha contribuido al éxito sostenido de ABCW es su capacidad para medir y evaluar cada campaña de comunicación. Las métricas se han convertido en una pieza clave que cierra el círculo estratégico de comunicación y permite a la agencia no solo evaluar los resultados actuales, sino también predecir los futuros.

En resumen, ABCW no es simplemente una agencia de *marketing* y publicidad; es una experiencia en sí misma. Su compromiso con la empatía, la anticipación y la superación de expectativas ha llevado a una retención de clientes sin precedentes en la industria. ■