



PROGRAMAS
IN-COMPANY

MARKETING EXPERIENCIAL

¿QUÉ SON LOS PROGRAMAS IN-COMPANY?

Programas cerrados con contenidos flexibles, adaptados a las necesidades y realidad de su organización. Se realizan para un mínimo de 20 personas en dependencias de la empresa o alguno de nuestros hoteles asociados.

OBJETIVOS DE PARTICIPAR

El objetivo de este programa es aprender a construir un modelo que permitirá decodificar la experiencia de nuestros clientes y crear un plan de iniciativas experienciales que sirva como principal diferenciador de la competencia y fuente de nueva rentabilidad.

TEMÁTICA

Llevaremos adelante un taller donde recorreremos la nueva forma de investigación de consumidor en la era experiencial. Veremos a fondo cual es el mecanismo que el cerebro humano sigue para evaluar las experiencias que vivimos.

Aprenderemos a construir un Framework que nos permitirá decodificar la experiencia de nuestros clientes y crear un plan de iniciativas experienciales que nos aleje de la competencia.

Al final del taller, los asistentes se llevarán la metodología de Gestión Experiencial y un ejemplar del libro "Más allá del Customer Experience".

DIRIGIDO A

Gerentes de Marketing | Gerentes de Ventas | Gerentes Comerciales | Gerentes de áreas o equipos digitales | Agencias de publicidad | Gerentes y empresarios PYME | Profesionales del Marketing en general.

PROGRAMA | MARKETING EXPERIENCIAL

DÍA 1

	REGISTRO
SESIÓN 1	LA NUEVA INVESTIGACIÓN DEL CONSUMIDOR <ul style="list-style-type: none">● Investigación cuantitativa para entender el Customer Journey.● Investigación cualitativa: Impronta colectiva.
COFFEE & NETWORKING BREAK	
SESIÓN 2	¿QUÉ ES LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE? <ul style="list-style-type: none">● La enseñanza de la biología y psicología cognitiva: cómo evalúa el cerebro una experiencia.● Framework experiencial.
NETWORKING LUNCH	
SESIÓN 3	DIAGNÓSTICO EXPERIENCIAL <ul style="list-style-type: none">● Dimensiones y descriptores experienciales priorizadas.● Matriz relevancia - Diferenciación● Presentación de findings.

DÍA 2

	REGISTRO
SESIÓN 4	DESIGN THINKING APLICADO AL DISEÑO DE EXPERIENCIAS <ul style="list-style-type: none">● Insumos de diseño.● Voz del cliente.● Fundamentos del diseño centrado en las personas.
COFFEE & NETWORKING BREAK	
SESIÓN 5	CREANDO UN PROGRAMA EXPERIENCIAL <ul style="list-style-type: none">● Co-creación del Customer Journey actual.● Aplicación del Framework experiencial.● Propuesta de experiencia ideal / Diseño de servicios.
NETWORKING LUNCH	
SESIÓN 6	IMPLEMENTACIÓN Y AUDITORÍA <ul style="list-style-type: none">● Plan de implementación experiencial.● Plan de comunicaciones.● Auditoría y métricas.

***ESTE ES UN PROGRAMA CERRADO, FLEXIBLE Y ADAPTABLE A LAS NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN.**