

# CUSTOMER EXPERIENCE

## — CONFERENCE —

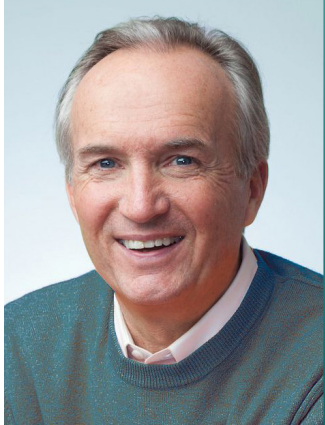
Don Peppers, experto internacional y autor best-seller en temáticas de *customer experience*, junto a Raúl Amigo, creador de la metodología de medición de *Brand Experience*, presentarán “El Cliente en el Centro de su Negocio: El puente entre el CRM social y el diseño de la experiencia”

Convertir su negocio en un negocio más centrado en el cliente requiere una combinación compleja de nuevas tecnologías sofisticadas, procesos comerciales revisados y costumbres culturales mejoradas. En este congreso de un día participantes aprenderán las trampas y las oportunidades de navegar la transición, incluidos ejemplos reales de éxitos y fracasos. También los participantes examinarán los nuevos desafíos planteados por la importancia de las redes sociales y las mejores estrategias para tratar con clientes recientemente capacitados.

### ***Humanice su relación con el cliente para crear confianza, lealtad y compromiso***

Diseñar, administrar y mejorar la experiencia del cliente es una tarea que casi todos están tratando de lograr y, sin embargo, es una tarea engañosamente difícil de conseguir. Pero, ¿Qué implica realmente una experiencia de cliente de alta calidad?

En este programa de día completo los participantes comenzarán con una revisión de la experiencia del cliente que se brinda simplemente para satisfacer las necesidades del cliente, para luego pasar a la EXPERIENCIA más emocional que capturará el compromiso y la lealtad a largo plazo del cliente.



## DON PEPPERS

---

Don Peppers: Autor best-seller, renombrado expositor internacional, y experto en la experiencia del cliente. Ha realizado presentaciones magistrales y talleres ejecutivos en más de 60 países, y sus libros han sido traducidos a 18 idiomas.

### CONTENIDO DE LA SESIÓN

#### *Nadar con los Bots: Entregar Humanidad en su Experiencia del Cliente*

Siri, Alexa, OK Google, Cortana, Watson. Inteligencia Emocional, Internet de las cosas, blockchain, y todo-como-servicio. El aumento de las capacidades tecnológicas y la conectividad ubicua están suplantando rápidamente las capacidades humanas, y aun así el éxito competitivo de una empresa depende completamente de poder proporcionar una valiosa experiencia al cliente, y los clientes son seres humanos.

#### *¡Ey! ¡Hay una persona allí adentro! Cómo crear una cultura centrado en el cliente*

Administrar y mejorar la experiencia del cliente implica cruzar muchos límites organizacionales, a menudo poniendo en conflicto las ventas, el servicio y el marketing, sin mencionar la dificultad de crear un plan de negocios. Cualquiera que sea su situación, tener una cultura centrada en el cliente será vital, ya sea que simplemente esté tratando de eliminar la fricción de la experiencia o involucrar emocionalmente a su cliente con una EXPERIENCIA.



## RAÚL AMIGO

CEO & Founder UMUNTU CX Design Miami, experto en diseño de experiencias. creador de la metodología de Medición de Brand Experience. 20 años trabajando con algunas de las compañías más admiradas en el mundo como Google, Oracle, Samsung , Movistar , HTC, BEATS , entre otras. Autor del libro “Más allá de la experiencia del Cliente”.

### CONTENIDO DE LA SESIÓN

#### *Descifrar la mente de su cliente: Deconstruir el proceso de atribución del significado*

La experiencia es la historia que contamos sobre lo que estamos viviendo y el significado que le damos. La atribución de significado es un proceso mental superior y a su vez la piedra angular del diseño de experiencia del cliente. Decodificarlo significa pasar el filtro racional y entrar directamente en el cerebro límbico, donde viven los recuerdos.

#### *¿Tiene EXPERIENCIA? Sorprender, encantar y comprometer*

Una vez que se elimina la fricción de la experiencia del cliente y se decodifica la parte “racional” de la misma para comprender su historia, debería poder interactuar con el cliente diseñando la experiencia para que tenga más significado emocional. El objetivo es garantizar que el cliente no solo resuelva su problema, sino que disfrute del proceso en sí. Ya no será simplemente una experiencia del cliente, sino una EXPERIENCIA del cliente.

## AGENDA CONGRESO CUSTOMER EXPERIENCE

09:00 a 10:30	<b>Don Peppers:</b> Nadar con los Bots: Entregar humanidad en su experiencia del cliente
10:30 a 11:00	<b>Networking &amp; Coffee Break</b>
11:00 a 12:30	<b>Raúl Amigo:</b> Descifrar la mente de tu cliente: Deconstruir el proceso de atribución del significado
12:30 a 14:00	<b>Networking Lunch</b>
14:00 a 15:30	<b>Raúl Amigo:</b> ¿Tienes EXPERIENCIA? Sorprender, encantar y comprometer
15:30 a 16:00	<b>Networking &amp; Coffee Break</b>
16:00 a 17:30	<b>Don Peppers:</b> ¡Ey! ¡Hay una persona allí adentro! Como crear una cultura centrado en el cliente

\*Programa sujeto a cambios