

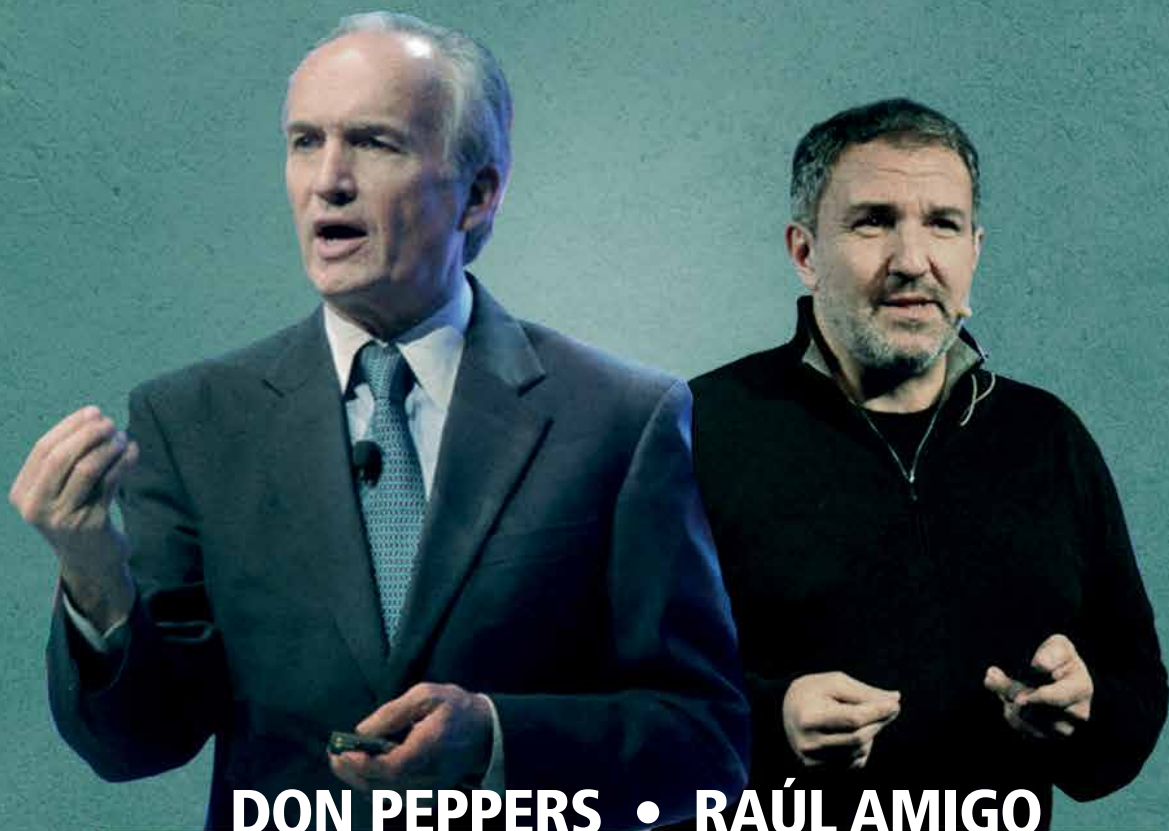
CUSTOMER EXPERIENCE

CONFERENCE

4 DE JUNIO | SANTIAGO, CHILE

**HUMANICE LA
RELACIÓN CON EL CLIENTE**

para crear confianza, lealtad y compromiso



DON PEPPERS • RAÚL AMIGO

Autor best seller y autoridad mundial en la experiencia del consumidor.

Experto en diseño de experiencias y creador de la metodología de medición de Brand Experience.

CONGRESOS DE CLASE MUNDIAL

Cada año, **Seminarium** trae a América Latina **expertos de prestigio internacional** que presentan las últimas tendencias, mejores prácticas y conceptos en formato de conferencias magistrales.

CUSTOMER EXPERIENCE

CONFERENCE

OTROS EVENTOS DEL AÑO

**DIGITAL
MARKETING**
• CONFERENCE •

LEADERSHIP
CONFERENCE

**LOGISTICS &
OPERATIONS**
CONFERENCE 2018

Seminarium es la empresa N° 1 en actualización y perfeccionamiento ejecutivo en América Latina. Un aliado para el desarrollo, crecimiento y éxito profesional. Un espacio de conocimiento único, capaz de generar experiencias transformadoras para mentes profesionales sin límites.



Red de expertos, líderes, personajes influyentes y visionarios de relevancia internacional.



Contenido actualizado de primer nivel.



Alianza con las mejores escuelas de negocios del mundo.



DON PEPPERS

SPEAKER Y AUTOR

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.

TEMAS

NADAR CON LOS BOTS: ENTREGAR HUMANIDAD A SU EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Siri, Alexa, OK Google, Cortana, Watson, Inteligencia Emocional, Internet de las cosas, blockchain y "Todo como un servicio". El aumento de las capacidades tecnológicas y la conectividad ubicua están suplantando rápidamente las capacidades humanas y aún 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! COMO CREAR UNA CULTURA CENTRADA 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 este tratando de eliminar la fricción de la experiencia o involucrar emocionalmente a su cliente con una EXPERIENCIA.



| CUPOS LIMITADOS |

CUSTOMER EXPERIENCE

CONFERENCE

HUMANICE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

para crear confianza, lealtad y compromiso

Convierta su negocio en uno más **centrado en lo que el cliente necesita**. Una combinación compleja de tecnologías sofisticadas, procesos comerciales revisados y costumbres culturales mejoradas.

En este congreso conocerá las trampas y las oportunidades de navegar la transición. También examinará los nuevos desafíos planteados por las redes sociales y las mejores estrategias para tratar con clientes más instruidos e informados.

PROGRAMA | 4 DE JUNIO | HOTEL W | SANTIAGO

8:00 – 9:00	Acreditación
9:00 – 9:20	Apertura CES Sr. Rodrigo Morrás.
9:20 - 10:30	Don Peppers: Nadar con los Bots: Entregar humanidad en su experiencia del cliente <ul style="list-style-type: none">• Experiencia del cliente vs. real experiencia del cliente.• Eliminar los roces en las experiencias de los clientes.• Humanizar la relación con el cliente para crear confianza, lealtad y compromiso.• Usar data y análisis para aumentar el juicio humano.• Tratar a diferentes clientes de manera diferente, pero a todos de manera apropiada.
10:30 - 11:00	Networking & Coffee Break
11:00 - 12:30	Raúl Amigo: Descifrar la mente de su cliente: Deconstruir el proceso de atribución del significado <ul style="list-style-type: none">• El “Marco Experiencial”: El modelo mental para evaluar experiencias.• Nuestra memoria: Solo recordamos los altibajos y los finales de las historias.• Impactando el viaje del cliente: identificando las oportunidades reales de diseño.
12:30 - 14:00	Networking Lunch
14:00 - 15:30	Raúl Amigo: ¿Tiene EXPERIENCIA? Sorprender, encantar y comprometer <ul style="list-style-type: none">• Mapa de Empatía: Como crear poderosas proposiciones de valor.• Prototipo y Plan de acción de Servicios: Los componentes reales del inventario de la “fábrica de emociones”.• Auditoría de la Experiencia: Medir la experiencia del cliente en cada interacción.
15:30 - 16:00	Networking & Coffee Break
16:00 - 17:30	Don Peppers: ¡Ey! ¡Hay una persona allí adentro! Como crear una cultura centrada en el cliente <ul style="list-style-type: none">• Empleados auto organizados y ejemplos de cómo pueden adaptarse a los problemas y relacionarse con los clientes.• Desalineamientos: por qué la mayoría de los sistemas de responsabilidad, métricas e incentivos obstruyen el esfuerzo para administrar o mejorar la experiencia del cliente.• Cómo inculcar una cultura centrada en el cliente y cómo cambiar o mejorar su cultura existente.

| ADQUIERA SU CUPO CON ANTICIPACIÓN |

RAÚL AMIGO

SPEAKER Y AUTOR



CEO & Founder UMUNTU CX Design Miami, experto en diseño de experiencias, creador de la metodología de medición de brand experience. Más de 20 años trabajando con importantes compañías como Google, Oracle, Samsung, Movistar, HTC, BEATS y Microsoft, entre otras.

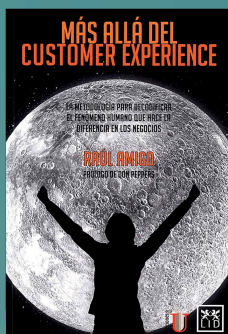
TEMAS

DESCIFRAR LA MENTE DE TU CLIENTE: DECONSTRUIR EL PROCESO DE ATRIBUCIÓN DEL SIGNIFICADO

La experiencia es la historia que nos 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.

¿TIENES 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 REAL EXPERIENCIA del cliente.



CUSTOMER EXPERIENCE

CONFERENCE

04 DE JUNIO 2018

HOTEL W
ISIDORA GOYENCHEA 3000
LAS CONDES, SANTIAGO

CUPOS LIMITADOS

VALOR INDIVIDUAL



21 UF

GRUPO CORPORATIVO

3 a 5 Ejecutivos



19 UF*

MESA CORPORATIVA

6 a más Ejecutivos



CONSULTA POR VALORES
PREFERENCIALES

*Valor por persona para pase de tres a cinco ejecutivos.

Anulaciones : vía email hasta 5 días hábiles antes del inicio del congreso, en caso contrario, se facturará el cupo respectivo.

CONVIERTA SU EQUIPO DE TRABAJO EN UN HIGH PERFORMANCE TEAM

Optimice el rendimiento de sus equipos organizacionales incentivando la participación del grupo completo en el programa. Esta dinámica fomenta un mejor trabajo en equipo, potencia los talentos, la motivación y relaciones interpersonales que se traducen en ventajas frente a la competencia.

Incrementa el ROI sobre sus iniciativas de actualización y perfeccionamiento ejecutivo.



Sponsors



Apoyan



Media Partners

