



CUSTOMER JOURNEY

ATTRACT & RETAIN

HOW DO YOU GROW BY FOCUSING ON THE RIGHT THINGS?

5 DE SEPTIEMBRE | SANTIAGO , CHILE

En una empresa, el cliente tiene varios puntos de contacto. Más que identificar las jornadas, hay que dibujarlas y entender en qué puntos de esa jornada el cliente tiene problemas y en qué puntos la jornada fluye. ¿Y cómo es posible entregar más de lo que el consumidor espera y poner en práctica todo el diseño de jornada del cliente?

El congreso presentará una jornada que propone cómo la experiencia del cliente es priorizar la acción de mejorar su calidad de vida en toda la jornada recorrida por él, es decir, en todas las interacciones entre él y su empresa. Él necesita sentirse mejor de lo que sentía antes independientemente de cómo fue realizada esa interacción. Y entender la jornada es muy importante para que todo esto sea posible.



MICHAEL SOLOMON

Las presentaciones de Michael revelan tendencias de vanguardia en publicidad y marketing, marca, comportamiento del consumidor y redes sociales. Crea una excursión visual en las mentes de los consumidores y lo que los influye en la compra.

Él cautiva al público con la información que revela durante sus conferencias y seminarios interactivos. Michael es un colaborador habitual en Forbes.com, donde escribe sobre el comercio minorista, el comportamiento del consumidor y la marca.

CONTENIDO DE LA SESIÓN

A Roadmap to the Customer Journey

El cliente es el rey (o la reina). Sin embargo, el mejor producto o servicio fallará si los consumidores no tienen una experiencia positiva cuando lo consumen. Esto se debe a que lo que usted vende NO es un producto, es una experiencia que consiste en la oferta principal más todo lo que la acompaña. Esto incluye el entorno físico o digital donde los compradores lo encuentran, las personas que lo venden e incluso cómo reaccionan los demás ante la compra. Esta experiencia es lo que atrae - o repele - al cliente. Con tantas opciones disponibles, él o ella se alejará rápidamente de un encuentro negativo. Pero él o ella también recompensará a las organizaciones que brinden experiencias satisfactorias con lealtad a largo plazo.

Al final, es vital para los profesionales de marketing centrarse más en el consumidor, para entender la experiencia desde la perspectiva del cliente en lugar de solo la perspectiva del gerente. Y, ese desafío es aún más desalentador cuando entendemos que el consumidor de hoy está cambiando dramáticamente a medida que encuentra nuevas formas de interactuar con las empresas.

Esta visión fundamental es lo que impulsa un mayor interés en la gestión de la experiencia del cliente (CEM o CXM). Un número creciente de organizaciones ahora reconoce la importancia de rastrear cada interacción con los clientes como si fuera la última, porque podría ser. Este programa proporcionará una visión general del consumidor de hoy y los principales problemas que debemos comprender para crear y mantener una experiencia positiva del cliente a largo plazo.



CUSTOMER JOURNEY

ATTRACT & RETAIN

SESIÓN 1

- La experiencia del consumidor
- Lo que nos hace felices

SESIÓN 2

- Cómo obtenemos información del consumidor
- Cómo diseñamos experiencias atractivas

Al final de este programa, comprenderás:

1. La experiencia del consumidor de hoy y cómo está cambiando debido a las interrupciones tecnológicas y culturales.
2. Qué determina el nivel de satisfacción del comprador con la experiencia del consumidor y cómo aumentar el compromiso con la organización.
3. Cómo una organización puede obtener información sobre las experiencias de sus clientes para mejorarlos.
4. Cómo diseñar una experiencia excepcional para el cliente y técnicas emergentes que lo ayudarán a vincularse con sus clientes a largo plazo.



DANIEL LEMIN

Cuando se trata de lo que los clientes dicen sobre las marcas que usan, nuestro orador, Daniel Lemin, lo ha visto todo. Desde críticas falsas hasta grandes fanáticos, Daniel ha rastreado las rarezas y los hábitos de las conversaciones en línea durante más de dos décadas.

Es autor de dos libros, el último de ellos, *Talk Triggers*, explora el boca a boca, y es un cofundador de un startup en Selectivor. Comenzó su carrera en el equipo de marketing corporativo internacional de Google.

CONTENIDO DE LA SESIÓN

Youtility: Why Smart Digital Marketing is About Help, not Hype

Las expectativas de tus clientes están subiendo y subiendo. Eso da miedo, sí. Pero también es la oportunidad de negocio más grande desde la electricidad. Mire más allá de las “viejas formas” de marketing. Mire más allá de las viejas formas de servicio al cliente, y lo que encontrará es una oportunidad única para impulsar tu negocio de forma masiva de una manera que era impensable hace unos pocos años.

La clave para romper la incredulidad del cliente y el desorden de mensajes de la competencia no es gritar más fuerte, es convertirte en verdadero, masivamente relevante. La relevancia es la moneda del reino, y descubrirás cómo superar la relevancia de tu competencia en esta presentación dinámica, divertida y estimulante.

Conozca cómo las mejores marcas del mundo piensan sobre contenido, tipos de contenido, timing de contenido y distribución de contenido en esta sesión de media jornada de gran utilidad con Daniel Lemin.

Este día de entrenamiento se completará con:

- Dónde comenzar a crear y visualizar programas de Youtility con marcos útiles
- Cómo crear contenido y programas con herramientas útiles
- Técnicas para poner en práctica de inmediato, y que seguramente aumentarán la eficiencia y los resultados de tu marketing de contenido, al mismo tiempo que eliminan las barreras dramáticas de tu día a día.

Esta es una sesión obligatoria para los digital marketers, content marketers, creadores de contenido y colaboradores.



CUSTOMER JOURNEY

ATTRACT & RETAIN

AGENDA CONGRESO

Customer Journey Attract & Retain

09:00 a 10:30	Michael Solomon A Roadmap to the Customer Journey
10:30 a 11:00	Networking & Coffee Break
11:00 a 12:30	Michael Solomon A Roadmap to the Customer Journey
12:30 a 14:00	Almuerzo
14:00 a 15:30	Daniel Lemin Youtility: Why Smart Digital Marketing is About Help, not Hype
15:30 a 16:00	Networking & Coffee Break
16:00 a 17:30	Daniel Lemin Youtility: Why Smart Digital Marketing is About Help, not Hype

*Programa sujeto a cambios