

CUSTOMER EXPERIENCE

• CONFERENCE 2020 •

EXPERIENCIAS QUE DEJAN HUELLA

- Talk triggers
- El ROI de la experiencia
- Behavioral Design
- Principios detrás de grandes experiencias

La experiencia de cliente está estrechamente vinculada a la emocionalidad. Por ello resulta altamente desafiante para las organizaciones diseñar y ejecutar estrategias de impacto. Al entender el pilar del customer experience se abren posibilidades casi ilimitadas que, con la ayuda de la tecnología y la planificación, permitirán dejar una huella positiva en sus clientes.

Un evento donde participarán las mentes más brillantes y reconocidas en la materia, quienes presentarán las mejores prácticas a nivel mundial.

MAYO 2020

26 MAYO | CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO

28 MAYO | SANTIAGO, CHILE

Inspiring Your Full Potential



Keynote Speaker

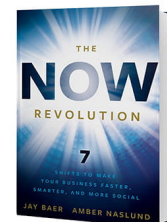
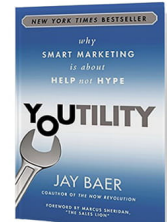
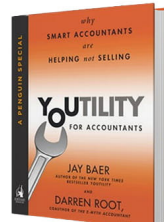
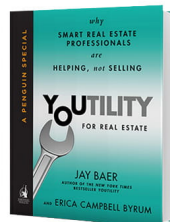
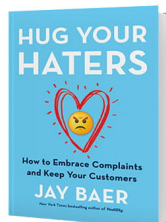
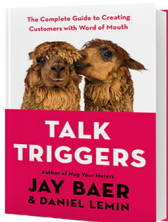
JAY BAER

El expositor más inspiracional del mundo en Experiencia al Cliente

Experiencia del Cliente: Creando Conversaciones

La mejor manera de que CUALQUIER negocio crezca, es hacerlo a través de los mismos clientes.

Una sesión provocativa para transformar a sus clientes en su ventaja de marketing y ventas más efectiva.



- Uno de los personajes más retwitteado dentro del marketing digital.
- Reconocido estratega de negocios y conferencista internacional.
- Fundador de Convince & Convert, una firma consultora estratégica que ayuda a las empresas a ganar y mantener a más clientes a través de las conexión entre tecnología, medios de comunicación y servicio al cliente.
- Ha asesorado a más de 700 empresas, incluyendo Caterpillar, Nike, Allstate, Naciones Unidas y 32 empresas de la lista de Fortune 500.
- Autor de 6 libros de temáticas digitales.



CARLOS MOLINA

Economics de la Experiencia

Para gestionar la experiencia a nivel estratégico es fundamental comprender la economía de la experiencia. Una sesión que presenta los diferentes modelos para analizar el impacto de las experiencias del cliente en los resultados económicos de la compañía y el ROI de la Experiencia.

- Experto Certificado en Customer Experience por Strativity Group (NJ, 2008).
- Su trayectoria profesional lleva más de 15 años vinculada a las estrategias de gestión de clientes, formando parte del equipo de IZO, consultora española líder en Experiencia de Cliente con presencia en España y Latinoamérica.
- A lo largo de su carrera profesional, Carlos ha colaborado en la mejora de la experiencia de grandes clientes en diversas industrias.
- En la actualidad, es Vice-Presidente Corporativo de Experience & Think en IZO. Carlos es además Blogger, Co-Autor del Libro Digital “The Customer Experience”, ponente habitual en eventos internacionales, Director de los Programas de Customer Experience y Profesor de Contact Center y Social Media en ESIC/ICEMD Business School, miembro del Jurado de los Premios DEC de Experiencia de Cliente y miembro de la vocalía de la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente para Latinoamérica.



EMILIANO DÍAZ

Behavioral Design para la Experiencia del Cliente

Incorporando hallazgos de Economía del Comportamiento, el Behavioral Design surge como una herramienta que puede hacer cambios de conductas sostenidas a largo plazo al centrarse directamente en el diseño de contextos para crear mejores experiencias para el cliente.

- Co-fundador del Instituto Mexicano de Economía del Comportamiento. Es economista y tiene estudios de posgrado en Behavioural and Experimental Economics por la Universidad de Nottingham en Inglaterra.
- Es profesor de Economía del Comportamiento en la Universidad Iberoamericana y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Se especializa en la planificación y diseño de intervenciones de cambio de comportamiento y tiene un interés especial por la toma de decisiones involucrada en la adopción de productos, servicios y estrategias públicas.
- Cuenta con experiencia trabajando para el sector público (competencia económica) y privado (estrategia y planificación comercial).



MATT WATKINSON

Los Diez Principios Detrás de las Grandes Experiencias del Cliente

10 simples pautas que han sobrevivido a la prueba del tiempo, ayudando a miles de organizaciones alrededor del mundo a crear experiencias simples y más agradables para sus millones de clientes.

- Cofundador y CEO de Methodical, consultora especialista en estrategia y experiencia del cliente.
- Profesor visitante en Cass Business School en Londres.
- Su libro *The Ten Principles Behind Great Customer Experiences* obtuvo el premio a mejor libro de gestión del año otorgado por CMI. Desde entonces ha sido citado por las principales firmas de investigación del mundo y ha sido expositor en diversos eventos y organizaciones como Microsoft, Salesforce, American Express, FBI, Google Campus CCI, Ogilvy, HSBC y Gartner, entre otras.

SEA UN SPONSOR SEMINARIUM

5 BENEFICIOS DE AUSPICIAR NUESTROS EVENTOS

1. **Dar a conocer sus productos y servicios** para que los asistentes interactúen con su marca y vivan una experiencia que incremente la recordación.
2. **Posicionamiento de marca** para aumentar la percepción, atraer nuevos leads e incrementar las ventas.
3. **Contacto con los clientes** para tener un acceso directo al mercado actual, cautivo y potencial.
4. **Transmitir contenido** presentando durante el congreso y logrando que las personas relacionen la marca a un nivel más personal.
5. **Relacionamiento** para mejorar el involucramiento de las comunidades e incrementar la lealtad de marca.

INCORPORE A SEMINARIUM COMO UNA PLATAFORMA COMERCIAL PARA MOSTRAR SU EMPRESA

Nuestros sponsors amplían su ventaja competitiva al aumentar la credibilidad, la imagen y el prestigio a través de la asociación con Seminarium en los mejores hoteles de las importantes capitales de América Latina: Santiago de Chile, Buenos Aires, Bogotá y Ciudad de México.



LOS ASISTENTES SON UN PÚBLICO ESTRATÉGICO ya que responden a perfiles decisores dentro de sus empresas, enmarcadas en una amplitud de industrias.



OPORTUNIDAD ÚNICA PARA EL NETWORKING y el intercambio de ideas en un marco internacional.



LAS AUDIENCIAS DE NUESTROS EVENTOS SON TRANSVERSALES a las industrias, cargos y áreas funcionales.

*ASOCIE SU MARCA CON INSTITUCIONES
A LA VANGUARDIA MUNDIAL DEL CONOCIMIENTO*