

Últimas Noticias el Suoth Summit (vertical Cuttin... PayFit será un agente clave en la trans

¿Qué se dijo en el VI Congreso Internacional de Experiencia de Cliente?



octubre 03 11:12 2019

por Alberto Perez 0 Comments Imprimir este artículo Enviar a amigos

EL ÚLTIMO CONGRESO ORGANIZADO POR DEC TUVO COMO EJE CENTRAL A LA ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO. CONOCER AL CEREBRO PARA INFLUIR EN LA TOMA DE DECISIONES.

El VI Congreso Internacional de Experiencia de Cliente contó con grandes expertos mundiales para tratar un tema que afecta en gran medida a las empresas: conocer e influir en los procesos de compra de los consumidores.

Desde ese foco, se desarrollaron exposiciones sobre las últimas tendencias en el desarrollo de la Experiencia de Cliente, profundizando en cómo éste toma decisiones de compra y qué factores entran en su proceso mental a la hora de decantarse por un determinado producto o servicio.

Como en años anteriores este Congreso, organizado por DEC, estuvo conducido por la periodista Marta Jaumandreu. Y para esta sexta edición se contó con el apoyo de los Patrocinadores Oro: Acoustic, Designit, IZO y Medallia; Patrocinadores Plata: BNP Paribas Cardif, Emergia, Likeik, Madison, Minsait y Sabio; y con la colaboración de La Información, Radio Intereconomía y Banco Santander.

La jornada comenzó con la bienvenida del anfitrión, Luis Colorado, Jefe del área de Banca Digital e Innovación de Banco Santander, que habló acerca de la oportunidad que tienen las empresas de evolucionar, poniendo de relieve la calidad para hacer negocio, y como en esa calidad, es imprescindible la Experiencia de Cliente, siempre personalizada y a través del uso de los canales digitales.

¿CÓMO ACTÚA EL CEREBRO EN UN PROCESO DE COMPRA?

Posteriormente, Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de DEC, avanzó que el cerebro no suele optar por decisiones racionales, sino aquellas en las que se siente cómodo y tiene menos desgaste, incluso aunque sea en situaciones importantes. En este sentido comentaba la necesidad de tener en cuenta que nuestro comportamiento, es la mezcla entre nuestra parte racional, la irracional y toda la información que hemos ido guardando en base a nuestras experiencias pasadas, aprendizaje,...etc.



Tras su ponencia, María López, Co-Founder y CEO de Bitbrain Technologies, detalló las fases que se dan a la hora de tomar una decisión, y que son: proceso de la información, determinación de su significado y valor, deliberación y análisis y toma de decisión. Siendo las dos primeras las que llevamos a cabo de manera totalmente inconsciente, la experta aseveró que se puede influir en ellas.

PUBLICIDAD

Los vehículos a gas natural gastan hasta un 50% menos que los de gasolina y están clasificados con la etiqueta ambiental ECO.



BOLSA

MÁS ARTÍCULOS



MAPFRE lanza un Unit Linked vinculado a las cotizadas del EuroStoxx50

0 comentarios Leer Noticia Completa



Reunión clave de la FED: la visión de los mercados

0 comentarios Leer Noticia Completa

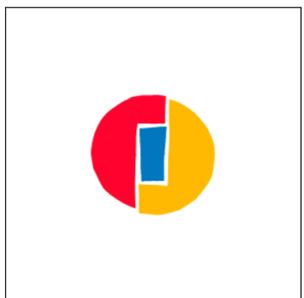
PUBLICIDAD

hp keep reinventing

HP EliteBook x360  
Con pantalla táctil Anti-Glare

hp.com/es/ReinventExpectations  
Impulsado por el procesador Intel® Core™ i7.

PUBLICIDAD



FIRMAS

MÁS ARTÍCULOS



que se puede mirar en cinco...



## LAS EMPRESAS SE TOMAN MUY EN SERIO LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

Raquel Pinillos, Directora de la Práctica de Customer Experience en Deloitte Digital, destacó como los últimos Informes DEC-Deloitte Digital revelan el panorama esperanzador en el que se encuentra la Experiencia del Cliente en España, que se ha convertido en un valor diferencial para poder competir, por lo que la mayoría de las empresas, afirman que en la actualidad están llevando a cabo programas de Experiencia de Cliente.

Por su parte, Pedro Díaz Yuste, CEO de Savia, y Mariel Vázquez, Directora de Experiencia de Cliente de Savia, se refirieron a cómo se puede usar el CX para crear un nuevo producto, como ha sido recientemente el lanzamiento de Savia en febrero de 2019. Se trata de una plataforma digital de servicios de salud, dirigida a todos aquellos que usan diariamente la tecnología, ya sea para comprar, escuchar música, trabajar...etc, lanzada por MAPFRE, y cocreada con los usuarios, analizando y atendiendo a su comportamiento.

Felipe Romero, Socio de The Cocktail, explicó en qué consisten los sesgos cognitivos, y su impacto en el negocio. Es este sentido avanzó la necesidad de dar un paso más en la Experiencia de Cliente, para pasar de ser diseñadores de emociones a arquitectos de decisiones.

La siguiente ponencia estuvo a cargo de Ramón Fauria, Mentalista, Conferenciante y Coach empresarial, quien realizó una sesión de mentalismo para que los asistentes se pudieran aproximar al funcionamiento de nuestra mente y la relación entre esta y el CX. Un funcionamiento que según comentó se explica a través de 3 ejes, la anticipación, referente al conocimiento de la información y los datos; la emoción, cuando más profunda es más posibilidades de influir, de movernos, de conectar, impactar y fidelizar y el aprendizaje.



Tras un descanso, la jornada continuó de la mano de Verónica Bello, Strategic Design Directora de Designit, que explicó como el diseño es un factor fundamental para provocar un cambio en el comportamiento del consumidor.

También hubo tiempo para conocer diferentes casos prácticos, de empresas que han avanzado en proyectos para mejorar la Experiencia de Cliente, poniendo el foco en cómo el usuario toma las decisiones. El primero vino de la mano de Francisco Casassas, Director de Shopper Marketing en Campofrío, y José Luis Delmas, Director de Madison Market Research, explicaron que, en el sector de la alimentación, el 78% de las decisiones de compra se toman en el punto de venta.

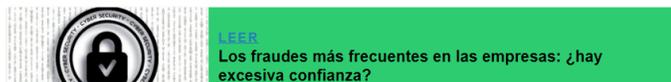
## HASTA LOS GOBIERNOS SE INTERESAN POR MEJORAR LA EXPERIENCIA DE USUARIO

Por su parte Stuart Dorman, Chief Innovation Officer de Grupo SABIO, narró como el Gobierno de Singapur, uno de los que más ha apostado por la digitalización en las relaciones con sus ciudadanos, se involucró en un plan para enriquecer la Experiencia de Cliente.

Siguió Colin Strong, Global Head of Behavioral Science de Ipsos, quien explicó por qué es una necesidad intentar explorar los hábitos y entender los comportamientos de los consumidores, pero sabiendo que estos no van a ser siempre iguales.



Otro caso de éxito lo explicó José Carlos Otero, Customer Experience Director de Everis, que analizó el éxito que supuso en Volkswagen la «Aplicación del modelo EAST», una herramienta que pusieron en marcha para mejorar la experiencia del servicio postventa en los concesionarios de esta marca de automóviles.



## Satisfacer al consumidor sin abrumarlo, ¿dónde está el equilibrio perfecto?

0 comentarios Leer Noticia Completa



## Reflexiones sobre las líneas low cost y el sector de transporte aéreo europeo

0 comentarios Leer Noticia Completa



## Ignacio Ruiz , reconocido internacionalmente por sus estudios turísticos sobre la influencia del oleoturismo

0 comentarios Leer Noticia Completa

## TRIBUNA MÁS ARTÍCULOS



## El reglamento PSD2: un entorno más seguro en los servicios de pago

0 comentarios Leer Noticia Completa



## Crisis societarias: la importancia de establecer las reglas de juego

1 comment Leer Noticia Completa



## Manuel Pimental: Nuevo registro de jornada. ¿Qué pueden hacer las empresas?

0 comentarios Leer Noticia Completa

## PUBLICIDAD



## BOLSA



Casi al final de la jornada, **Pedro Bermejo**, *Neurólogo y Presidente de la Asociación Española de Neuroeconomía*, explicó como la neurociencia, emociones,... están estrechamente relacionadas con la Experiencia de Cliente. Así reveló que nuestras decisiones siempre están basadas en aspectos como el equilibrio entre la recompensa que se puede obtener y la aversión que tengamos a una posible pérdida.

Y por último, el *conferenciante Victor Küppers*, que dejó una gran sonrisa a todos los asistentes, detalló la relación que existe entre la Psicología Positiva y la Experiencia de Cliente. "La relación entre el cliente y la empresa no deja de ser una relación humana", señaló. Para ser de esas empresas/personas que enamoran advirtió que tanto en el panorama personal y laboral hay que vivir con entusiasmo, optimismo y alegría.

## SOBRE EL AUTOR

 **ALBERTO PEREZ**

## ARTÍCULOS RELACIONADOS

- Sacyr aplica la innovación "para ser sostenibles a largo plazo" 0
- La radio tiene en Internet a su nuevo gran altavoz 0
- Correos sigue dinamizando el ecommerce 0

## 0 COMMENTS



### No Comments Yet!

There are no comments at the moment, do you want to add one?

[Write a comment](#)

## WRITE A COMMENT

Comment:

Apodo \*

E-mail \*

Web

Este sitio usa Akismet para reducir el spam. Aprende cómo se procesan los datos de tus comentarios.

| Nombre        | Ultimo    | Var.   | % var. |
|---------------|-----------|--------|--------|
| S&P 500       | 2.910,63  | +23,02 | +0,80% |
| FTSE 100      | 7.107,31  | +29,67 | +0,42% |
| Euro Stoxx 50 | 3.425,50  | +12,19 | +0,36% |
| DAX           | 11.942,52 | +17,27 | +0,14% |
| SMI           | 9.799,50  | +39,06 | +0,40% |

Cotizaciones del Ibx y demás Indices, proporcionadas por [investing.com](http://investing.com)



## Tweets por @DirectivosEmpr

DirectivosEmpresas retweetó

 **Juan Ramón Rallo** @juanrallo

La guerra comercial entre EEUU y China, así como las negociaciones sobre el Brexit, están socavando los flujos comerciales globales y, en última instancia, dañando nuestro crecimiento económico. [youtube.com/watch?v=AaqZze...](https://www.youtube.com/watch?v=AaqZze...)

YouTube @YouTube



DirectivosEmpresas retweetó

 **Raquel Roca** @Raquelroca

Insertar Ver en Twitter

## EDICIÓN IMPRESA

trónico y sitio web en este navegador para la próxima vez que haga un comentario.

REPORTAJE

S

## El cuidado de la salud en condiciones extremas

Volvo Ocean Race (Foto: Sam Greenfield)

[VIEW STORY](#)

REPORTAJE

S

## 2035: La Inteligencia Artificial reportará beneficios de hasta el 38% a las empresas

[VIEW STORY](#)

NEWSLETTER

Tu email

[Suscribirse](#)

PUBLICIDAD



ENTRADAS RECIENTES

EPICA, otra startup de EE.UU. que triunfa el South Summit (vertical Cutting Edge Technologies)  
PayFit será un agente clave en la transformación de los RR.HH. de las Pymes  
La app turística Jubel, ganadora de la vertical de Travel del South Summit 2019  
Fundación CEDE anuncia la próxima gran cita para directivos en Málaga  
Startups: Estar en el South Summit es sinónimo de una gran financiación

PUBLICIDAD

Eres IFEMA

y quizás  
no lo sabes

