

Los principales expertos de Experiencia de Cliente se dan cita en el IV Congreso DEC

SIDEBAR



La personalización, la innovación y las nuevas tecnologías se presentan como los factores clave de la Experiencia de Cliente. El 3 de octubre, la sede de Endesa en Madrid, acoge el IV Congreso Internacional sobre Experiencia de Cliente, que organiza anualmente la Asociación DEC. Como en anteriores ediciones se trata de una cita de obligado cumplimiento; de hecho se espera la asistencia de más 400 directivos, lo que le convierte en el mayor encuentro en España de esta disciplina. Además, este evento se une a la celebración del CX-Day que promueve la CXPA (Customer Experience Professionals Association) en Estados Unidos.

El éxito de este evento viene avalado por la calidad de sus ponentes, un nutrido elenco de expertos nacionales e internacionales tales como Mariano Silveyra, General Manager de Cabify, Terry von Bibra, General Manager Europe en Alibaba Group, Frédéric Debruyne, partner de Bain&Co y David Alonso Nieto, Director de B2B en Samsung, entre otros, quienes abordarán las claves para alcanzar el éxito, al basar el crecimiento rentable de las empresas en la mejora de la experiencia de sus clientes.

Por su parte, el Director General de Comercialización de Endesa, Javier Uriarte Monereo, la presidenta de BNP Paribas, Cecilia Boned, el CEO de Leroy Merlin, Ignacio Sánchez Villares, el director de desarrollo de negocio de Bla Bla Car, Álvaro Zamácola y el CEO de Madison MK, Daniel Redondo, nos darán su visión de cómo abordar la cultura de Experiencia de Cliente en las organizaciones.

Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de DEC, resalta que “promover la Experiencia de Cliente en nuestras empresas es clave, y contar con los mejores expertos en un mismo escenario una oportunidad única”. Y añade que “hace unos años algunas organizaciones entendieron que el orientar realmente la empresa al cliente era la forma más rentable y sana de crecer. La revolución digital ha multiplicado este efecto, al convertir la recomendación del cliente en el mayor altavoz de las compañías y el principal criterio para la decisión de compra”.

Esta IV edición está patrocinada por BAIN & Company, Bankia, Caixabank, Diabolocom, Genesys, Madison, Restalia, BNP Paribas Cardif y Sandsiv; y contará con la colaboración de Endesa, The Boston Consulting Group y Seven.