

REDES PARA
TODOS LOS
DEPORTES



- Súper resistentes a rayos UV
- Última tecnología SIN NUDOS
- 100% ECO
- Soluciones personalizadas
www.leondeoro.com

publicidad

ACTUALIDAD Deporvillage sigue batiendo récords

Home > Coyuntura > Experiencia de cliente: oportunidad, en medio del caos

Experiencia de cliente: oportunidad, en medio del caos

16 OCTUBRE, 2020

La Experiencia de Cliente puede ser el **salvavidas para muchas grandes y pequeñas empresas**. La crisis provocada por la pandemia mundial amenaza con destruir los modelos de negocio, tal y como los entendíamos hasta ahora... Pero, ¿por qué no aprovechar la furia de este tifón viral para tomar impulso, lanzarnos y convertir el caos en oportunidad?



El cliente necesita ahora, más que nunca, sentirse "mimado"

En muy poco tiempo ha cambiado radicalmente la forma en la que consumimos, nos comunicamos, viajamos, trabajamos, nos entretenemos o estudiamos. El cliente necesita ahora, más que nunca, sentirse "mimado", atendido, cuidado. Y es en este momento cuando las empresas, las organizaciones deben entender que **su nexa con las personas es su corazón**. Esto es ... evolución.

El VII Congreso Internacional sobre Experiencia de Cliente, organizado por la Asociación DEC, bajo el título "The Experience Evolution", ha conseguido reunir a **los mayores referentes mundiales de esta disciplina**. El formato virtual al que nos hemos visto obligados nos ha brindado, de hecho, esta inmensa oportunidad.

Desde distintos rincones del planeta, Nueva York, Londres, Bruselas, Tel Aviv, Mexico, Boston o Madrid, personalidades como Bruce Temkin, Colin Shaw, Jesus Cohegrus, Lior Arussy, Alain Thys o Evan Kohn han acompañado a los directivos conectados en streaming, en un **viaje con destino al "siguiente nivel" en la Experiencia de Cliente**.



Un viaje en el que **la innovación y la tecnología son los motores** que logran crear nuevas experiencias memorables, según ha destacado Dimitris Bountolos, director de sistemas de Información e Innovación en Ferrovial.

Buscar la oportunidad en medio del caos

La jornada comenzó con las palabras de Jorge Martínez-Arroyo, presidente de la Asociación DEC. Desde su punto de vista, la crisis de **la Covid-19 supone un punto de inflexión en la estrategia de negocio** de muchas empresas que deberán ser capaces de reinventarse, creando soluciones más disruptivas, conociendo mejor al cliente a través de la tecnología, adaptándose a los cambios en el mercado y potenciando los canales digitales sin perder la relación humana con los clientes. En definitiva, buscar la oportunidad en medio del caos.

Para Alain Thys, arquitecto de experiencia y fundador de customerfit.eu, poner al cliente en el centro hace referencia a dos conceptos: diversión y rentabilidad. **El primer reto hoy es conseguir la felicidad de tu cliente**, porque así aumentará la rentabilidad de tu empresa. Observando experiencias anteriores, podrás prever experiencias futuras.

Además Fred Reichheld, creador del NPS (Net Promoter Score), **el indicador utilizado por todas las empresas para medir la vinculación de sus clientes**, ha relatado cómo lo creó y cómo debe aplicarse.

Accede al contenido completo en Contact Center Hub, medio perteneciente a Peldaño.

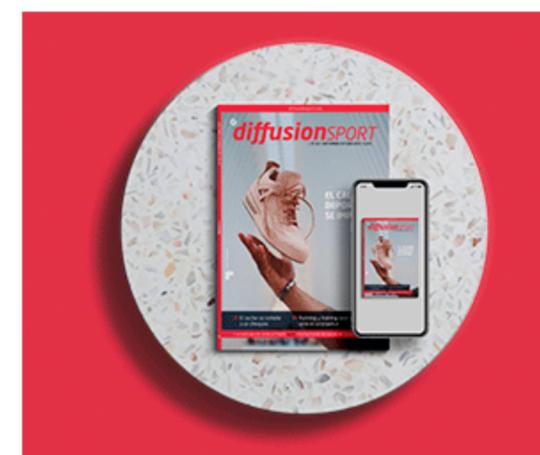
ETIQUETADO CON: EVENTOS , EXPERIENCIA DE COMPRA , RETAIL , TIENDAS DE DEPORTE

SHOWROOM

Guía de Empresas

Marca o Empresa

Buscar



Tienda
MAX
COLLECTION
Maxcolchon
Maxcolchon

Últimas noticias



Los precios del textil y el calzado se reducen un 11,5% en los 9 primeros meses del año

16 octubre, 2020



Experiencia de cliente: oportunidad, en medio del caos

16 octubre, 2020



Atmósfera Sport refuerza su estructura para ser un referente nacional

16 octubre, 2020

Recibe Diffusion Sport en tu e-mail