MARKETING

DEC premia la CX de Hyundai, Alsa, Kia, Grupo Unísono y Estrella Galicia

La octava edición de los Premios DEC ya tiene ganadores. Hyundai, Alsa, Kia, Grupo Unísono y Estrella Galicia fueron las compañías que mejor gestionaron la experiencia de cliente durante el año pasado. Juan Abarca, presidente de HM Hospitales, fue elegido Mejor Directivo del Año en CX.

24/06/2021

+ POPULAR
1 Havas Media Group y Teads lanzan el Proyecto Trinity
2 Call center y retención de clientes para B2B: del fabricante al...
3 Más valor añadido, nuevos talentos...y revolución digital: el...
4 Especial IPMARK – Agencias de Medios 2021
5 Festival El Sol 2021. Todos los ganadores

En una ceremonia híbrida, celebrada el 24 de junio, DEC Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente, ha hecho entrega de los premios que reconocen las mejores estrategias e iniciativas CX del año. En este caso, un año en el que "**descendimos varios escalones en la pirámide de Maslow**, cambiaron nuestras prioridades y la empatía fue más importante que nunca", tal y como señaló Jorge Martínez Arroyo, presidente de la asociación, al inicio de la gala.

Por eso, el palmarés de esta edición ha estado marcado por la complejidad de los últimos meses, valorando especialmente el desempeño de las marcas para contribuir a mejorar la vida de las personas.

Juan Abarca, presidente de HM Hospitales.

Así, el **Premio al Directivo del Año ha recaído en Juan Abarca, presidente de HM Hospitales**, por su capacidad para impulsar la experiencia de cliente y su liderazgo. En 2020, este médico se convirtió en referente de información sanitaria fiable gracias a su "Diario de la Resistencia", que día a día publicaba en su perfil de LinkedIn y con el que ofrecía una visión cercana y clara de la realidad hospitalaria durante los momentos más críticos de la pandemia.

José Cabanas (izquierda), CMO de Estrella Galicia, agradeció su premio a través de una conexión online.

Así mismo, **Estrella Galicia, Premio a la Mejor Marca en Experiencia de Cliente**, supo durante 2020 adaptarse al nuevo paradigma de relación con los consumidores y sus *journeys*. El gran valor de esta compañía es la integración de los contenidos en la experiencia de cliente, consiguiendo una mayor relevancia "Este reconocimiento es el resultado de poner al cliente en el centro, apostar por experiencias diferentes y buscar la relevancia. Para nosotros lo más importante son las personas y debemos poner el foco en ellas con empatía», afirmó **José Cabanas**, CMO de la cervecera al recoger el premio vía online.

Marcas de movilidad

El sector de la movilidad se ha posicionado como referente experiencia del cliente, alzándose con **tres de los siete premios**.

Así, **Hyundai** se ha alzado como ganador en la categoría de Mejor Estrategia en Experiencia de Cliente, "por ser **una compañía pionera en el impulso de la electromovilidad**", gracias a un proyecto de constante innovación, y un exitoso y novedoso posicionamiento de marca, con el que ha conseguido aumentar notablemente su NPS y mejorar en x 2,5 la fidelización de sus empleados. «Este premio es un sueño hecho realidad. Soñábamos con que Hyundai fuese reconocida como una marca que pone especial foco y cariño en los clientes», ha señalado **Daniel Solera, director de Calidad y Desarrollo de la compañía**.

Daniel Solera, director de calidad y desarrollo de red de Hyundai.

Por su parte, **Alsa ha recibido el galardón al Mejor Customer Journey** "por su capacidad de reinvención y adaptación a la situación tan complicada que ha vivido el sector de transporte de pasajeros por la pandemia de la COVID-19". Gracias al conocimiento del cliente y al uso de herramientas innovadoras la empresa de transporte ha conseguido unos resultados notables, impulsando más de 100 iniciativas implantadas en la organización. Recogió el galardón Alberto Cillero Hernández, director de estudios y experiencia de cliente en ALSA.

Alberto Cillero, director de estudios y licitaciones de Alsa.

El tercer premio concedido al sector movilidad ha sido el de **Mejor Iniciativa de Empleados, que ha ganado KIA**. Una compañía que apela a la Onda del Cliente a través de la "7 Identidad Única, aprovechando el relanzamiento de la misma para trabajar en la mejora de la gestión de la Experiencia de Cliente, directamente a través de la Experiencia de Empleado. **Eduardo Divar, director General de KIA,** fue el encargado de recoger el premio.

Eduardo Divar, director general de KIA.

Dentro del apartado de Innovación, **Grupo Unisono fue reconocido como protagonista del mejor proyecto del año** y su habilidad para poner la tecnología al servicio de la experiencia de cliente. La compañía ha conseguido, a través de la Inteligencia Artificial y los algoritmos predictivos, favorecer la toma de decisiones centradas en la mejora de la customer experience a través de modelos eficientes. El premio le fue entregado a Lorena Martín Fraile, directora de Smart Analytics Center en Grupo Unísono.

Lorena Martín, directora de Smart Analytics Centre de Grupo Unísono.

Así mismo, **Elena Fraile, directora de Radio Intereconomía**, fue premiada con el galardón a la Mejor Labor Periodística sobre CX.

Finalistas

Como marcas finalistas de esta octava edición de los Premios DEC han quedado (en cada una de las categorías):

- Mejor Proyecto de Innovación: Aena y KIA España
- Mejor Iniciativa de Empleado: RCI Bank and Services España.
- Mejor Customer Journey: KIA, Orange+Merkle Spain, y Repsol
- Mejor Estrategia de Experiencia de Cliente: Aegon y Cepsa.

Pie de foto: De izquierda a derecha, Jorge Martínez Arroyo, presidente de DEC; Lorena Martín (Grupo Unísono), Alberto Cillero (Alsa), Eduardo Diver (KIA España), Elena Fraile (Radio Intereconomía), Daniel Solera (Hyundai) y Ana Bujaldón, (FEDERE), presidenta de honor del jurado.