



# Comunidad AEC

# Experiencia de Cliente

## *Contenidos & Calendario 2020*



# Definición de áreas de contenido I

- CONOCIMIENTO DEL CLIENTE CX 5.0
- DISEÑANDO LA EXPERIENCIA CX 5.0
- MARCA E IDENTIDAD CX 5.0
- ÉTICA & HUMANIZACIÓN CX 5.0
- TRANSFORMACIÓN CULTURAL & TALENTO CX 5.0



# Definición de áreas de contenido II

## – CONOCIMIENTO DEL CLIENTE CX 5.0

- Medición de la experiencia de cliente y programas VoC a través de distintas fuentes y técnicas
- Creación de arquetipos y su uso en la experiencia de cliente
- Business Analytics / Big Data, Smart Data, Inteligencia del Dato... entendiendo al cliente a través de sus datos, transacciones e información interna
- Medición del ROI de la experiencia de cliente
- Neuromarketing y comportamiento de consumidor
- Identificación y medición de emociones que vive el cliente en su relación con las marcas
- Integración del datos de CX en sistemas CRM (varias fuentes: contact centers, emails, reclamaciones, IA, lenguaje natural, etc... estructurados o no)
- Estudios de Mercado, Análisis de Sentimiento, etc...

## – DISEÑANDO LA EXPERIENCIA CX 5.0

- Técnicas de visual thinking para el diseño de experiencias (design thinking)
- Experiencia de usuario / Experiencia de interface (UX/UI)
- Customer Journey AS IS y TO BE
- Innovación centrada en cliente
- Storytelling
- Experiencia de compra en tienda física
- Integración de nuevas tecnologías en la experiencia: inteligencia artificial, voz, realidad aumentada...
- Ultrapersonalización de la experiencia CX 5.0...desde big data e IOT
- Social media experience
- Retail experience
- Call center experience
- Product experience
- Ad experience



# Definición de áreas de contenido III

## – MARCA E IDENTIDAD CX 5.0

- Cultura Corporativa: construcción, actualización Visión·Misión·Valores corporativos y Código Ético. Definición de propuesta de valor.
- Construcción, actualización de imagen de marca alineada CX 5.0 (Naming, identidad visual, olfativa, auditiva, etc)
- Brand Experience design
- Brand journey
- Alineación de personas-cultura con brand experience
- Cuidar Promesa de Marca en todos los canales
- Gestión de Expectativas (Clientes y Talentos) alineada CX 5.0
- Programas de Responsabilidad Social Empresarial Visibles y Participativos (Clientes y Talentos)
- Programas e Iniciativas de Marketing Social y Experiencial
- Talleres de Co-Creación Marketing y otras áreas Cia
- Talleres de Co-Creación con Clientes (redefinición Imagen marca)
- Talleres Talent Branding
- Métricas brand experience

## – ÉTICA & HUMANIZACIÓN CX 5.0

- Transparencia Uso Datos y Compromisos con Clientes (más allá GRPD)
- Algoritmia y Actuaciones Auditadas y Reconocidas (todos los canales)
- Asegurar Foco en la persona CX 5.0 (no solo cliente que compra)
- Evaluación y Desarrollo de Competencias Ética y Generosidad (personas clave y comité dirección/consejo administración - modelo i4)
- Talleres de Concienciación Ética y Humanización CX 5.0
- Ética en la Inteligencia Artificial: quien cuida de los algoritmos
- Empresas socialmente responsables (compatible con ser solvente) y sostenibles
- Evaluación de proveedores (empresas inclusivas, socialmente responsables, etc)
- Tecnología al servicio de la inclusión: como herramienta para minimizar los sesgos inconscientes, ayudar con la diversidad, contrataciones y promociones internas justas, brecha salarial...
- Nuevas relaciones humanas, necesidades y valores (volver a concentrarnos en los valores más tradicionales de la humanidad: ética, moral, carisma, empatía...)



# Definición de áreas de contenido IV

## – TRANSFORMACIÓN CULTURAL & TALENTO CX 5.0

*Iniciativas de la organización para mejorar la experiencia de todas las partes interesadas*

- Alineamiento Visión·Misión·Valores Corporativos
- Líderes con corazón (liderazgo 5.0)
- “From employee Experience to human Experience” (experiencia de empleado a experiencia humana)
- “From Jobs to superjobs” (de trabajos a supertrabajos)
- Organizaciones experienciales para empleados
- Learning in the Flow (aprender, desaprender y volver a aprender) las empresas tienen que cambiar la manera en que desarrollan a sus empleados y sus empleados aprenden
- Programas orientados a Empleado (voz de empleado, desarrollo de talento y competencias, gamificación, talleres y formación, fidelización, etc)
- Programas orientados a cliente externo: stakeholders (integración de proveedores en cultura, diseño de journey, cómo medir la voz, etc)



# Propuesta de POA

<i>Ene</i>	<i>Feb</i>	<i>Mar</i>	<i>Abr</i>	<i>May</i>	<i>Jun</i>	<i>Jul</i>	<i>Ago</i>	<i>Sep</i>	<i>Oct</i>	<i>Nov</i>	<i>Dic</i>
<i>X</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>X</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>X</i>

Propuesta: 8 eventos al año + III Congreso AEC Open Experience (Octubre)

Feb 2020: Marcas que inspiran SAP

Jul 2020: Píldora formativa

Mar 2020: Cocreando juntos

Sept 2020: Marcas que inspiran

Abr 2020: Píldora formativa

Nov 2020: Píldora formativa

May 2020: Marcas que inspiran

Jun 2020: Cocreando juntos

**Jun/Oct 2020: III Congreso AEC Open Experience**