



Webinar

# EXPERIENCIA DE CLIENTE AL FINAL DE LA PANDEMIA: QUÉ HACER

**22, 28 y 29 de octubre de 2021 (6 h)**

De 09:30 a 11:30 h

La pandemia de COVID 19 ha supuesto, sin lugar a dudas, un momento de corte en la historia de la humanidad. Quizá sea, en realidad, el verdadero comienzo del milenio, pero desde luego, lo es de la verdadera Nueva Economía.

Digital por defecto, cliente phygital (el cliente es físico, pero digital, y lo quiere todo), experiencias onoff, hibridación experiencial, son conceptos, sin duda, que han venido para quedarse y cualquier empresario o directivo, mando o persona con responsabilidad en la empresa debe aprender a gestionar estas realidades positivizando lo sucedido y desarrollando un nuevo contexto relacional con los clientes generador de rentabilidad duradera.

Para ello, necesitamos aprender de lo sucedido; revisar, sustituir o ajustar el modelo de negocio; incorporar tecnología inteligentemente; generar redes comerciales adaptadas a la situación post pandemia y buscar nuevas oportunidades de crecimiento en la incipiente economía digital.

Los asistentes a este curso aprenderán a gestionar eficazmente el cambio comportamental del mercado y las tecnologías relacionales y experienciales.

## PROGRAMA

### • INTRODUCCIÓN: ECONOMÍA Y EXPERIENCIA DE CLIENTE. ¿FELICES AÑOS 20?

- Covid y su impacto en la experiencia de cliente
- Qué cambios han venido para siempre: vieja y nueva normalidad. On/off, experiencia híbrida
- El impacto económico y, por ende, en los modelos de relación con los clientes
- Coronareset: reinversión de modelos de negocio y de experiencia de cliente. Reenfoques estratégicos. Redefinir al cliente y la experiencia

### • CORONARESET EXPERIENCIAL. QUÉ ES TEMPORAL Y QUE VA A PERDURAR

### • DIGITAL POR DEFECTO. EXPERIENCIA Y DIGITAL ENGAGEMENT. CÓMO LOGRAR VINCULAR AL CLIENTE PHYGITALL

### • DIRECT TO CUSTOMER. REDEFICIÓN EXPERIENCIA: HOME DELIVERY Y “END TO END”. CÓMO ORIENTAR LA VENTA DIRECTA AL CONSUMIDOR

### • NUEVOS ESTILOS DE VIDA. COCOONING: REDEFINICIÓN EXPERIENCIAL. QUÉ HACER

### • STREAMING “EVERYWHERE FOR EVERYTHING”. COMPARADORES DE PRECIOS Y EXPERIENCIAS. CÓMO USAR LOS CANALES Y GENERAR EXPERIENCIAS SORPRENDENTES DIGITALES E HÍBRIDAS

### • ONMICANALIDAD, DE VERDAD, POR FIN. CÓMO IMPLANTARLA Y USARLA DANDO EFICIENCIA A LA EXPERIENCIA Y HACIENDO CAJA

- Plataformización: nuevos enfoques experienciales. Qué hacer
- Marketplaces: nuevos enfoques experienciales. Qué hacer
- Lo que pueda ser software, será software. Qué hacer
- Algoritmia, la nueva alquimia de la experiencia de cliente. Qué hacer
- Herramientas digitales. Qué hacer
- Personalización y experience Taylor made. Qué hacer

### • EL NUEVO CONCEPTO DE CONFIANZA. EL TONO POSITIVO Y SOLIDARIO DE LA EXPERIENCIA “AUTÉNTICA”.

### • LOW COST, EXPERIENCIA PREMIUM. CÓMO MANEJAR EL PRECIO

### • TACTOFobia (POR UN TIEMPO). QUÉ HACER

### • INTELIGENCIA ARTIFICIAL, BIG DATA, MODELOS PREDICTIVOS. EL INTERNET DE LOS SENTIDOS. LA IMPORTANCIA DE LO SENSORIAL.

### • RECAPITULACIÓN TÁCTICA: DIEZ CONSEJOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE POR PARTE DE LAS PERSONAS DE LA ORGANIZACIÓN

## OBJETIVOS

- Transferir conocimiento operativo y táctico sobre cómo mejorar la experiencia de cliente, adaptando sistemas, procesos, procedimientos y estructuras empresariales a la nueva normalidad.

- Revisar los modelos de negocio, y en todo caso la experiencia de cliente, para su adaptación a modelos híbridos y “low touch”, dónde la distancia social ha venido para quedarse por un largo tiempo.

## DIRIGIDO A

- Directores y técnicos de marketing, comunicación y/o experiencia de cliente
- Directores gerentes empresariales que tengan interés en adaptar su negocio marketing y la

- experiencia de cliente de su organización a la nueva normalidad
- Otros profesionales interesados

## METODOLOGÍA

Basada en un método de trabajo asistido, interactivo y eminentemente práctico, se combinarán las exposiciones teóricas con la realización de ejercicios, la visualización de vídeos, la generación de debates y el uso de otros recursos de alto valor formativo para promover acciones

orientadas a adaptar y rentabilizar la experiencia de cliente en el contexto actual.

En todo momento se fomentará la participación de los asistentes y su interacción con el formador, con objeto de aclarar sus dudas y resolver los problemas que puedan plantearse.

## NOTA

### ¿Qué necesitas para participar en el Webinar?

- Ordenador conectado a Internet.
- Altavoces para poder escuchar, y recomendable webcam para vernos.
- Micrófono para poder hablar. En caso de no

contar con micrófono, puedes participar a través del chat de la plataforma.

- El acceso al curso se facilitará cuando se confirme la inscripción, una vez finalizado el plazo de matrícula.

## PONENTE

### JUAN CARLOS ALCAIDE

Sociólogo especializado en marketing con más de 25 años de experiencia profesional en consultoría y gestión empresarial. Ha trabajado en más de 120 proyectos de consultoría con el foco puesto en experiencia de cliente y fidelización, y en casi todos los sectores de actividad (telecomunicaciones, energía, gasolineras, funerario, seguros, banca,

automoción, ingeniería, contact center, alimentación, retail, innovación y emprendimiento, silver economy y geriatría, hospitales..).

Autor de doce libros de marketing y experiencia de cliente, es miembro de la junta directiva de MKT Asociación de Marketing de España y de Thinking Heads (reconocido como uno de los cien mejores conferenciantes en español)

# EXPERIENCIA DE CLIENTE AL FINAL DE LA PANDEMIA: QUÉ HACER

Nombre y apellidos: ..... DNI: .....  
Empresa / Institución: .....  
CIF: ..... Cargo: .....  
Sector / Actividad: .....  
Dirección: .....  
Localidad: .....  
Provincia: ..... C.P.: .....  
Teléfono: ..... Fax: .....  
Correo electrónico: .....

Autorizo expresamente el envío de información ☐ La Fundación Empresa – Universidad Gallega es la responsable del tratamiento de los datos personales proporcionados bajo su consentimiento y le informa que estos datos serán tratados de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos (UE) 2016/679 de 27 de abril de 2016 (GDPR) y demás normas que puedan resultar de aplicación, con una finalidad de remitir comunicaciones electrónicas de contenido formativo. Los datos serán conservados durante el tiempo necesario para atender dicha finalidad no siendo cedidos a terceros, en el momento en que dejen de ser necesarios para tal fin se suprimirán adoptando para ello las medidas de seguridad que garanticen la seudonimización o destrucción total de los mismos. El usuario garantiza que los datos aportados son verdaderos, exactos, completos y actualizados, siendo responsable de cualquier daño o perjuicio, directo o indirecto, que pudiera ocasionarse como consecuencia del incumplimiento de tal obligación. El usuario podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación, limitación en el tratamiento, oposición y portabilidad de los datos para lo que deberá dirigir una comunicación por escrito a la empresa (feuga@feuga.es / Rúa Lope Gómez de Marzoa s/n Campus Vida 15705 Santiago de Compostela), adjuntando copia del documento acreditativo de su identidad, y concretando el derecho o derechos que desea ejercer



## IMPORTE

### Matrícula

**295 €** | Incluye la documentación y certificado.

### Descuentos

**Socios y CEDE FEUGA** 10% en todos los cursos.

**Demás interesados** 10% Tercera inscripción y sucesivas para el mismo curso de la misma empresa | 5% Inscripciones anticipadas (hasta 15 días antes de la fecha de inicio).  
Los descuentos no son acumulables.

## MATRÍCULA

### Inscripción

Pueden inscribirse a los cursos en [www.feuga.es](http://www.feuga.es) (sección Cursos de formación, jornadas y eventos) o enviando el boletín de inscripción cumplimentado a la dirección de correo electrónico [feugaformacion@feuga.es](mailto:feugaformacion@feuga.es)

### Formalización de la matrícula

Para formalizar la inscripción será necesario realizar el pago del curso antes de la fecha límite de inscripción. Aquellas empresas que no puedan cumplir con este requisito deberán contactar con el área de formación para estudiar su casuística particular.

La confirmación de la actividad se realizará una vez finalizado el plazo de inscripción.

En el caso de que se produzcan bajas con posterioridad a dicha confirmación, el importe de matrícula quedará en depósito para futuros cursos. De producirse con anterioridad, se procederá a su devolución. Lo mismo ocurrirá cuando FEUGA se vea obligada a cancelar o posponer un curso.

En caso de indisponibilidad de la persona inscrita, la empresa podrá sustituirla en cualquier momento, previo aviso al área de formación de FEUGA.

### Fecha límite de inscripción

15 de octubre de 2021

## FORMA DE PAGO

Cheque o transferencia bancaria a favor de FEUGA

**Entidad:** BANCO SABADELL GALLEGO | **Nº de cuenta:** ES10 0081 5363 2500 0109 7315 / BSAB ESBB

**Importante enviar copia del justificante de pago antes de la fecha de inicio del curso**

**Por correo electrónico [feugaformacion@feuga.es](mailto:feugaformacion@feuga.es)**

[www.feuga.es](http://www.feuga.es)  
Búscanos en...



### SEDE FEUGA

Rúa Lope Gómez de Marzoa s/n  
Campus Vida | 15705 Santiago de Compostela  
T. +34 981 534 180 | F. +34 981 524 351

### OFICINAS FEUGA

Área comercial, local A-9  
Campus Universitario | 36310 Vigo  
T. +34 986 469 110 | F. +34 981 524 351

Almirante Lángara, s/n  
Campus Riazor | 15011 A Coruña  
T. +34 981 250 903 | F. +34 981 524 351

