

apd [●] LIVE

Curso Online

# TECH 4 CUSTOMER

Cómo reinventar la relación con  
el cliente en el entorno digital

apd

**#Tech4Customer**

8, 15, 22 y 29 de abril

# #TECH4CUSTOMER CÓMO REINVENTAR LA RELACIÓN CON EL CLIENTE EN EL NUEVO ENTORNO DIGITAL



## INTRODUCCIÓN

La digitalización de la sociedad y las empresas ha cobrado un impulso sin precedentes como consecuencia del impacto del coronavirus en las rutinas de millones de personas. Cuestiones como la omnicanalidad, los nuevos protocolos de fidelización en soporte online o el concepto *customer centric* dentro las empresas han dejado de ser tendencias incipientes para convertirse ahora en ejes estratégicos para mejorar las ventas.

Conocer las últimas herramientas y enfoques globales y transversales que son ventaja competitiva en el mundo digital será clave no solo para los profesionales a cargo de la relación con los clientes, también para el resto de integrantes de la organización. En entornos de alta incertidumbre donde todo sucede a gran velocidad, conocer y optimizar el entorno digital y las soluciones tecnológicas será clave para adaptarse con éxito y rapidez a las demandas de los clientes.

# #TECH4CUSTOMER CÓMO REINVENTAR LA RELACIÓN CON EL CLIENTE EN EL NUEVO ENTORNO DIGITAL

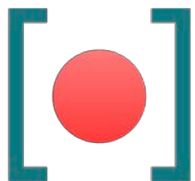


## A QUIÉN VA DIRIGIDO

Directivos y profesionales que quieren reinventar la relación con sus clientes, adaptar sus herramientas de venta a la nueva realidad digital y mejorar los niveles de fidelización. Todo con un enfoque estratégico para poder crear productos y servicios adaptados a las necesidades del mercado de una manera rápida y eficiente.

## OBJETIVOS

- Centrar la estrategia de crecimiento en el cliente y en la generación de experiencias personalizadas multicanal a través de las nuevas tecnologías.
- Analizar y comprender cómo las nuevas herramientas digitales ayudan a identificar y desarrollar el potencial de los diferentes clientes para vincularlo con éxito a los objetivos de sus estrategias corporativas.
- Desarrollar conocimiento y capacidad para la puesta en marcha de nuevos modelos de negocio, productos y servicios soportados sobre la vinculación del cliente con las tecnologías disruptivas.
- Dotar a los directivos del conocimiento necesario para la creación de equipos de alto rendimiento poniendo el foco en el cliente dentro de los entornos empresariales digitales.



SESIÓN 1 / 8 de abril de 2021

## La transformación digital desde el cliente

Un nuevo ecosistema de venta integrado en la organización

### HORARIO

16.00 h

**ADOLFO RAMÍREZ**

*Director del Programa*

16.40 h

**SANTIAGO RAVENTÓS**

17.20 h

**COLOQUIO**

18.00 h

**FIN**

En los tiempos actuales el cliente elige los momentos, los canales y los dispositivos. Un cambio de paradigma que obliga a las organizaciones no solo a transformar la manera de relacionarse con el cliente, sino a interiorizar como parte de su cultura los nuevos espacios digitales. Llevar esta nueva realidad a todos los departamentos de la empresa servirá para generar sinergias en toda la cadena de valor interna y a marcar el ritmo de una digitalización imparables que acompañe las necesidades de la organización con las de los clientes. Para que este enfoque funcione, es imprescindible establecer canales de comunicación bidireccional que permitan y normalicen el flujo constante de información entre las dos partes, enriqueciéndose mutuamente y consolidando una relación de confianza que sirva para estar más cerca de las demandas del mercado.

### PONENTES

**ADOLFO RAMÍREZ**

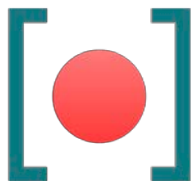
*Experto en Transformación  
Digital Empresarial*



**SANTIAGO RAVENTÓS**

*Socio Fundador  
OPINAT*





SESIÓN 2 / 15 de abril de 2021

## El reto de la omnicanalidad y la personalización de la experiencia de cliente

Tecnologías disruptivas en acción

### HORARIO

16.00 h

**ALBERTO DEL SOL**

16.40 h

**NOMBRE PENDIENTE**

17.20 h

**COLOQUIO**

18.00 h

**FIN**

Los canales de comunicación con los clientes han dejado de ser estancos para difuminarse entre sí. Hoy en día los puntos de contacto simultáneo se han multiplicado y saltar de uno a otro es sinónimo de flexibilidad y cercanía. Las empresas que han logrado crear estructuras reticulares para estar al lado de sus clientes en todo momento, generando sinergias entre canales durante todo el proceso de venta, no solo han logrado mejorar sus resultados, también elevar el grado de fidelización. Conocer las claves para crear ecosistemas de venta omnicanal será decisivo para que las organizaciones puedan adaptarse rápidamente a los hábitos de consumo y acelerar su transformación digital. Una misión para la que la Inteligencia Artificial se ha convertido en el soporte imprescindible para el cruce de datos, la identificación de patrones y la automatización de la respuesta en tiempo real.

### PONENTES

#### **ALBERTO DEL SOL**

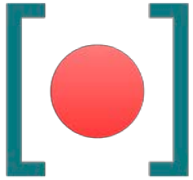
*Director de Marketing e Innovación  
VODAFONE BUSINESS*



#### **MARÍA PAZ COMESAÑA**

*Directora de Marketing, Publicidad  
y Alianzas Estratégicas  
EVO BANCO*





SESIÓN 3 / 22 de abril de 2021

## Innovación Abierta y co-creación

Herramientas para diseñar y conectar con el cliente

### HORARIO

16.00 h

**PILAR ROCH**

16.40 h

**MANUEL  
CANTALAPIEDRA**

17.20 h

**COLOQUIO**

18.00 h

**FIN**

Incorporar al cliente al proceso de creación y diseño de nuevos productos y servicios es una tendencia al alza que ya han puesto en marcha un gran número de compañías por todo el mundo. Este tipo de proyectos incluye importantes ventajas como la creación de un diálogo sostenido con el cliente, el refuerzo de los lazos y los vínculos con nuestros públicos objetivo y el aprovechamiento del potencial innovador. En este entorno de colaboración la transferencia de ideas, las relaciones comerciales basadas en la confianza y la co-creación o nuevas formas de trabajar en equipo son estratégicas para abrir las puertas a una nueva forma de vender.

### PONENTES

**PILAR ROCH**

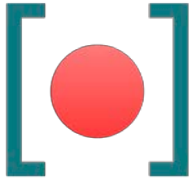
*CEO de IDEAS4ALL*



**MANUEL CANTALAPIEDRA**

*Director de INNOVACIÓN BANCO  
SANTANDER DIGITAL*





SESIÓN 4 / 29 de abril de 2021

## Economía conductual y Data sharing

Descifrando al cliente en entornos de economía colaborativa

### HORARIO

16.00 h

**SILVINA ARCE GIL**

16.40 h

**NOEMI BRITO**

17.20 h

**COLOQUIO**

18.00 h

**FIN**

La investigación científica de las tendencias cognitivas y emocionales humanas y sociales es un campo que ha ido ganando peso específico en el proceso de planificación estratégica y comercial de importantes organizaciones punteras en innovación. Aunque de esta especialidad se habla desde hace ya varios años, no ha sido hasta ahora acumular datos que apunten a patrones concretos de comportamiento con los que predecir hábitos o rutinas que expliquen la toma de decisiones por los clientes. En un mundo cada vez más conectado donde la economía colaborativa se normaliza, cabe pensar cómo compartir esta información respetando la privacidad para generar oportunidades de negocio colectivas sobre plataformas de intercambio para la compra venta de productos y servicios.

### PONENTES

#### **SILVINA ARCE GIL**

*Cofundadora CLUB CDO SPAIN & LATAM  
Head of Data Governance  
GRUPO FALABELLA*



#### **NOEMI BRITO**

*Especialista en Derecho Digital  
CECA MAGÁN*



# apd

LA COMUNIDAD GLOBAL DE DIRECTIVOS

Síguenos en



[www.apd.es](http://www.apd.es)