

Gurús de todo el mundo se reúnen en Madrid para debatir el futuro de la empresa

Expertos de Silicon Valley y profesionales de todo el mundo, hablarán de las últimas innovaciones para comprometer clientes y empleados de manera disruptiva. Empresas y organizaciones como KFC, Belron, Leroy Merlin, Evo Banco, Chiesi, Boehringer Ingelheim o Abbvie presentarán las principales innovaciones relacionadas con el engagement y la gamificación aplicada a las distintas áreas de empresa y sociedad. Durante la conferencia se entregarán los GWC Awards, que reconocen los proyectos más innovadores

La quinta edición de GWC Conference (<http://www.gwc-conference.com>) acoge a los principales expertos mundiales en engagement y gamificación en Madrid los días 26 y 27 de Octubre. Dentro del programa de esta edición destacan las aplicaciones de la gamificación y nuevas técnicas de engagement a las distintas áreas de la empresa y sociedad: relación con los clientes, recursos humanos, educación y salud. Expertos internacionales como Kevin Werbach (The Wharton School), Yu-Kai Chou (The Octalysis Group), Ercan Altug (KFC), Stephen Dinehart (diseñador de juegos para Nintendo, Activision, Warner Bros, etc.), y las empresas más innovadoras presentarán las últimas tendencias y casos de éxito aplicando la innovación basada en el juego y nuevas técnicas de engagement.

Los directivos de grandes compañías empiezan a incorporar en sus estrategias, palancas que favorezcan la transformación digital de negocios tradicionales para mejorar el compromiso con sus clientes y empleados. Según palabras de Eric Laborde (CEO de Pernod Ricard España), "nuestro futuro es hoy la integración digital. La innovación forma parte de nuestro ADN, y lo digital está en nuestro día a día de forma natural, aprovechando todas las oportunidades que nos brinda para ir siempre por delante."

Para Jose Miguel Martínez Checa (Head of Innovation and Strategic Solutions de AbbVie) "la gamificación es una herramienta muy potente para conseguir el compromiso y participación de aquellos para los que innovamos y con un gran potencial de cambiar el comportamiento en temas tan relevantes como la gestión de una enfermedad o la formación médica continuada".

Por su parte, Patrick Dost, Country Manager en España de Qualifio, explicará algunos de sus casos de éxito en aplicación de mecánicas de juego para marcas y empresas, como pueda ser el caso de Mediamarkt. Para Patrick, "los profesionales del marketing de hoy en día tienen que tener una estrategia integradora y global. El engagement con los clientes tiene que estar alineado con el servicio de atención al cliente, las estrategias de fidelización y con las segmentaciones de clientes con las que trabaje la compañía".

Evo Banco mostrará durante el GWC Conference cómo un sector tan serio como el de la banca puede aprovechar los juegos para mejorar la relación con sus clientes. Según palabras de Pablo Carbonell, Business Development & Marketing en Evo Banco, "buscamos siempre la excelencia y movernos fuera

de las zonas de confort habituales, siempre con el fin de que nuestros clientes disfruten más en las interacciones que tienen con nosotros. Estamos seguros de que la gamificación aplicada a productos bancarios redundará en mayor satisfacción y mayor recomendación".

El caso de KFC (Kentucky Fried Chicken) en Turquía no es un caso aislado, y muestra una solución innovadora a un problema común en muchas compañías. Ercan Altu? Y?Imaz, experto en tecnologías del aprendizaje en KFC, explicará cómo han utilizado la Gamificación y el juego integrados dentro de una app móvil para facilitar que los nuevos empleados puedan acceder a la información cambiante de la empresa de una forma más ágil.

Según palabras de Sergio Jimenez (CEO de Aiwin y co-fundador de GWC Conference), "El trabajo es un juego mal diseñado y algunas empresas ya se han dado cuenta, es por ello que los Recursos Humanos es una de las áreas donde se está aplicando la gamificación con una mayor tasa de éxito". "Motivar el talento de las organizaciones no es dar palmaditas en la espalda, es dar motivos, y en el juego encontramos nuestra inspiración, y con ese enfoque, desde Aiwin en este último año hemos implantado soluciones basadas en el juego en las principales empresas españolas con distintos objetivos que van desde el desarrollo del talento hasta la mejora del compromiso de los empleados. Nuestras previsiones apuntan a que para 2020, más del 50% de las grandes empresas en España habrán integrado algún tipo de solución basada en el juego en sus procesos relacionados con los Recursos Humanos".

La Gamificación y el uso de juegos en la empresa también está ayudando a digitalizar las empresas. En palabras de Rosa M^a López Carneros, Multichanneling Manager de Boehringer Ingelheim: "Nos centramos en las personas, ya sean pacientes, médicos o colaboradores internos. Buscamos un acercamiento que nos permita conocerles mejor para así satisfacer sus necesidades y expectativas más allá de la digitalización. La gamificación nos ayuda a cambiar hábitos de trabajo, optimizar procesos, nos permite entrenar comportamientos y es motivacional. Al final todos llevamos un 'jugón' dentro".

Por su parte, José Carlos Cortizo, otro de los organizadores de GWC Conference y Director de Marketing de BrainSINS, apunta que "el Engagement con los clientes es el gran reto de casi todos los negocios, de hecho hay infinidad de estudios que demuestran la gran correlación que existe entre la fidelización y el engagement de los consumidores con una marca con sus volúmenes de compra a la misma. Sin embargo en España todavía nos queda mucho recorrido para mejorar las experiencias de compra de los usuarios, y las nuevas soluciones basadas en el juego o en nuevas técnicas de engagement tienen un potencial radical para mejorar estas interacciones".

Durante el congreso, se entregarán los GWC Awards (<http://www.gwc-conference.com/es/gwc-2016/gwc-awards-2016-finalists/>), los premios internacionales que reconocen los proyectos relacionados con el Engagement a las mayores innovaciones en áreas como los Recursos Humanos, Marketing, Educación y Salud, así como a los profesionales que más han aportado a la industria. Los finalistas que optan a cada categoría de los GWC Awards son:

Best Customer Engagement Project: EVO Banco, Abbvie, Ad-Pure TV Sync, 'La Petite Robe Noire Intense' de Guerlain

Best Employee Engagement Project: CSL QuizGame (KFC), Belron, Leroy Merlin

Best Health & Wellness Project: Imperial College London, Air4Life (Hospital Vall d'Hebron & Chiesi), Brave Potions, Wellness City Project

Best Education Project: Colegio San Andreu, Ball State Achievements, Beaconing Project, The Group of Experts

Best Contribution to the Industry: Yu-kai Chou (The Octalysis Group), Andrzej Marczewski (Gamification Nation), Kevin Werbach (The Wharton School), An Coppens (Gamification Nation), Pete Jenkins (Gamification+)

Datos de contacto:

José Carlos Cortizo Pérez

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing Madrid](#) [Eventos E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>