

Fast Forward Sessions cierra 2021 desvelando las claves de la atención digital al cliente

El programa de formación digital gratuita para PYMES y profesionales autónomos, Fast Forward Sessions, ha terminado el año desvelando las claves de la atención digital al cliente, de la mano de tres expertos; Fernando Aparicio (consultor en comercio electrónico y medios de pago), Leticia Herrero (fundadora de eThink y consultora digital de Marketing y Publicidad), y María Velasco (digital strategy manager en Mr. Milú), después de sortear la pandemia en 2020 con ocho Master-Class online,

Fernando Aparicio ha abierto la sesión describiendo las ventajas y desventajas de las distintas herramientas digitales de atención al cliente que se puede utilizar en ecommerces, Market Places, Google My Bussines o Redes Sociales, pero ha insistido en la necesidad previa de establecer las claves donde dirigir un proyecto digital (en qué se es mejor, cuánto va a costar digitalizar la atención al cliente y quién se va a hacer cargo, qué posible conflicto se puede crear entre la venta offline y la online, etc...).

A continuación, Leticia Herrero ha insistido en la importancia de las soluciones omnicanales para afrontar la atención digital al cliente en cada una de las fases de un proceso de venta (consideración, compra y postcompra). En su opinión, la experiencia física es inimitable, pero la tecnología permite ofrecer nuevas experiencias en la compra/venta digital para asistir al usuario en el proceso, aumentar su satisfacción y evitar crisis de reputación y pérdida de clientes. Entre otros ejemplos, la fundadora de eThink puso como ejemplo los Chatsboot o las herramientas de Whatsapp Bussines para automatizar respuestas, pero destacó la importancia de mantener recursos para humanizar la atención digital al cliente, como los formularios, mails o teléfonos de contacto.

Para acabar la sesión, María Velasco puso el acento en el impulso postpandemia que ha tenido el comercio digital por el miedo a la tienda física, el auge del teletrabajo y la adaptación a la interacción digital, pero coincidió con los ponentes anteriores en la importancia de personalizar la atención digital al cliente para facilitar los procesos de compra y convertirlos en ofertas de experiencias más que de productos o servicios.

La última sesión de 2021, retransmitida por streaming en <https://fastforwardsessions.es/>, se suma a las más de 3.500 horas lectivas de sesiones anteriores sobre Marketing Digital disponibles en el mismo portal para cualquier persona interesada, entre las que también se encuentran las ocho Master-Class Online con la que los organizadores han conseguido mantener el programa formativo durante la pandemia.

Esta iniciativa, impulsada por Vodafone desde 2015, cuenta con el patrocinio de Google, Western Digital, Bosch y Pymes Magazine, y la colaboración de Madrid Emprende, IEBS Business School, AEMME, Asevex, la Cámara de Comercio de Salamanca, AESCO Salamanca, Confederación Empresarios de Salamanca, ATA Autónomos, Confederación Regional Empresarial Extremeña, Asociación de Jóvenes Empresarios de Zaragoza, Universidad de Málaga, Link by UMA, Jóvenes

Empresarios Región de Murcia, y Jóvenes Empresarios Vigo.

Datos de contacto:

SBQMedia
961 10 41 21

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

Categorías: [Nacional Marketing Emprendedores E-Commerce Universidades](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>