

Interacciones conectadas, personalizadas y eficientes para mejorar la fidelización del cliente digital, a debate en CX Congress

Ferrovial, Holaluz, Mobilityado, Orange, InLoyalty y Cyberclick formarán el destacado panel que debatirá sobre cómo crear interacciones conectadas, personalizadas y eficientes para garantizar la fidelización del cliente en un contexto digitalizado. CX Congress, el encuentro profesional de referencia sobre experiencia de cliente, celebra su X edición el 5 de octubre en Madrid con una señalada agenda de ponencias, mesas de debate y casos de éxito

La aceleración de la digitalización y la evolución de las expectativas del consumidor hacia una experiencia personalizada y fluida impulsa a las marcas a determinar cómo pueden fomentar y mantener una base de clientes fieles. En el contexto actual, la fidelización cobra una mayor relevancia y construir un vínculo duradero para asegurar los activos de las organizaciones se ha convertido en un objetivo principal de las compañías. El uso de los datos y la IA para obtener insights del cliente y personalizar la propuesta es una prioridad estratégica para implementar una comunicación transparente, conocer a fondo al consumidor y los canales que utiliza como claves para enfocar con eficiencia la estrategia de negocio.

Las necesidades y expectativas de los clientes están en continua evolución, lo cual implica que aquellas compañías que utilicen la tecnología para mejorar su agilidad tendrán una ventaja definitiva en el mundo post pandemia. En un entorno de digitalización imparable la tecnología ayuda a adaptarse rápidamente a los cambios de hábitos, demandas y expectativas; construir operaciones más conectadas y eficientes; mejorar la experiencia de empleado como palanca a una mejor experiencia de cliente o proteger los datos de clientes.

Para entender cómo han cambiado los hábitos de compra del cliente, es necesario contar con el apoyo de soluciones y herramientas que ayuden a las compañías a enfrentar nuevos desafíos, reinventar su creación de valor y encontrar la manera de brindar experiencias omnicanales y personalizadas. Estos serán los puntos principales que se abordarán en la primera mesa de debate 'Crear interacciones conectadas, personalizadas y eficientes para garantizar y mejorar la fidelización del cliente en un contexto, cada vez más digitalizado' de CX Congress, el encuentro profesional de referencia sobre experiencia de cliente organizado por Dir&Ge que se celebra el próximo 5 de octubre en Madrid además de retransmitirse también en streaming.

La mesa de debate, impulsada por InLoyalty, contará con la participación de Arantxa Gulias, Global Head of Digital, Content & Social Media de Ferrovial; Ángela Benavent, CRM-Marketing Automation and Upper Funnel Manager de Holaluz.com, Belén Fernández, Gerente Corporativo de Relación con el Cliente de Mobilityado; Miguel Ángel Carrasco, Director de Atención al Cliente de Orange y José Manuel Peinado Head of Marketing & eCommerce de InLoyalty, y contará con la moderación de David Tomás, General Manager y Cofundador de Cyberclick.

Claves para conectar con el consumidor omnicanal

Además de dos mesas de debate, CX Congress ofrece a lo largo de la jornada ponencias, casos de éxito y la participación de profesionales destacados de marcas de referencia como Ilunion, Mapfre, Kia o Vithas, entre otras, que compartirán sus experiencias y best practices para conectar con el consumidor omnicanal.

CX Congress 2022 cuenta con el impulso de ESIC, Enreach, InLoyalty, Oracle, Commanders Act, Tenerity, Digimind y Quadiant; ESIC como Partner Académico Oficial; Cyberclick como Agencia Oficial de Marketing Digital; Actitud de Comunicación como Agencia Oficial de Comunicación; Smartbox Business Solutions como Experience Partner; Hacienda Zorita como Wine Hotel Partner; Birchbox como Gift Partner; Eventtia como Partner Tecnológico; LG, Fnac, Ediciones Pirámide y Anaya Multimedia como entidades colaboradoras y América Retail, Control Publicidad, Dirigentes Digital, Factoría del Futuro, Interactiva Digital, La Publicidad, Just Retail, Marketing Insider Review, Retail Actual, Parada Visual, Retailers.mx, Esencia de Marketing, Hi Retail, TodoStartups, Marketing4ecommerce y Periódico La Social como media partners.

Datos de contacto:

Carlos Rodríguez
913022860

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>