

KIA, Coca-Cola, Iryo, Ilaollao y otras marcas líderes compartirán en la XI edición de CX Congress las claves para lograr una visión 360 del cliente

CX Congress celebra su XI edición el próximo 4 de octubre en Madrid, reafirmando como el espacio de referencia para conocer las últimas tendencias en experiencia de cliente. La evolución de las expectativas del consumidor, el valor de la experiencia del empleado, la aplicación de tecnologías de personalización o la optimización de los procesos para tomar las mejores decisiones de negocio, serán algunas de las temáticas que se abordarán en el Congreso

Los consumidores sienten cada vez menos compromiso con las marcas y se han vuelto más exigentes con respecto a la atención y servicio que reciben. Por ello, independientemente del precio o la calidad, mejorar la experiencia del cliente es esencial para acelerar el crecimiento del negocio y garantizar su sostenibilidad logrando una ventaja diferencial. Con el objetivo de compartir las tendencias y las herramientas que permiten establecer conexiones emocionales con el consumidor, Dir&Ge organiza, el próximo 4 de octubre en Madrid, CX Congress, el encuentro de referencia en experiencia de cliente, al que también se podrá acceder por streaming.

Crear experiencias memorables para que sean recordadas cobra peso en un contexto en el que las marcas necesitan mejorar la retención y diferenciarse en una casi ilimitada oferta de productos y servicios. En este contexto, para entender las claves que permiten trabajar en la operativización de la experiencia, pasando de un nivel estratégico a una gestión real y cualitativa, CX Congress contará con la presencia de marcas líderes como Kia, Clarel, Iryo, McDonald's, Dufry o Fnac entre otras, en formato de ponencias, mesas de debate y casos de éxito.

Visión 360, personalización y estrategia omnicanal para conectar con el cliente

Los avances tecnológicos y la evolución de los hábitos del consumidor son dos de los aspectos a los que las compañías deben dar prioridad para impulsar un crecimiento motivado principalmente por la medición e integración de métricas que permiten planificar experiencias memorables, sin olvidar contar con la voz de los clientes en los momentos de la verdad.

Adoptar estrategias omnicanales capaces de integrar los numerosos touchpoint del customer journey, utilizar los datos para hiperpersonalizar las interacciones, captar las emociones del cliente o encontrar el equilibrio entre mejorar la personalización sin comprometer la privacidad, son los principales retos que afrontan las compañías para mejorar sus experiencias.

En definitiva, la transformación en los hábitos de los usuarios plantea nuevos desafíos para las compañías a la hora de aumentar la tasa de conversión y los resultados de negocio. Por esta razón, diferenciarse en el entorno digital ofreciendo a los consumidores una experiencia de compra única es prioritario para ganar la confianza y el engagement de un cliente omnicanal y exigente. Asimismo, la incorporación de tecnología de vanguardia y una escrupulosa gestión en todos los puntos de contacto,

ayudan a las marcas a configurar una efectiva gestión centrada en el cliente.

En CX Congress 2023, profesionales de primer nivel y marcas de referencia compartirán claves, casos de éxito y best practices para alcanzar la excelencia en la atención al cliente. Una oportunidad única para mejorar el conocimiento y habilidades en experiencia de cliente y conectar con otros líderes empresariales.

Ponentes

Entre los directivos que participarán en este congreso destacan Eduardo Dívar,

Director General de Kia España; Diana Guzmán, Director of Marketing & Digital Ecosystem de Clarel; Nuria Giménez, Head of Digital (Mediterranean Region) de Coca-Cola; Pep Manich, Director de Experiencia Cliente de Iryo; Domingo Guillén, Director de Ventas Omnicanal de Fnac o Marta Gasset, Global Digital Ecommerce Lead de Dufry, entre otros.

El evento presencial se celebrará en Madrid para todos los directivos que buscan descubrir las últimas tendencias en experiencia de cliente con el fin de ofrecer una respuesta sólida, diferencial y estratégica a la transformación de las expectativas del consumidor conectado. También se podrá acceder a través de la retransmisión gratuita en streaming.

CX Congress 2023 cuenta con la participación de KIA como impulsor global; Zendesk, Merkle, Qlik, TTEC, Digimind, Commanders Act y Octopia como patrocinadores; Cyberclick como Agencia Oficial de Marketing Digital; Smartbox Business Solutions como Experience Partner; Actitud de Comunicación como Agencia Oficial de Comunicación; Hacienda Zorita Wine, Hotel & Spa como Wine Hotel Partner; Eventtia como Partner Tecnológico; DietBox como Healthy Partner; Asociación de Marketing de España, Fnac, AsoCommerce, Anaya Multimedia, Urban Event Marketing y Ediciones Pirámide como entidades colaboradoras y América Retail, Revista Aral, Corresponsables, Control Publicidad, Esencia de Marketing, Factoría del Futuro, Hi Retail, Interactiva Digital, Just Retail, Periódico La Social, Marketing4ecommerce, Marketing Insider Review, Novologística, Parada Visual, La Publicidad, Retail Actual, Retailers.mx y TodoStartups como media partners.

CX Congress 2023. Del CX a la Total Experience

Web del encuentro y registros: <https://cxcongress.com/>

Sobre Dir&Ge

Dir&Ge es la plataforma líder del entorno directivo. Ofrece a los decision makers de las compañías los mejores contenidos empresariales, encuentros B2B exclusivos y las best practices más relevantes del panorama nacional e internacional con el objetivo de compartir visiones e incrementar oportunidades de negocio.

Datos de contacto:

Andrea Delgadillo
Actitud de Comunicación
913022860

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

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Eventos](#) [Consumo](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>