

Experto Colaborador: Soraya Gongora Ruano

Master Class: Transformando la empresa desde la implantación de Experiencia Cliente

Nota Biográfica:

Cursé Estudios de Empresariales en la Universidad de Almería y en la actualidad soy la Directora de Experiencia Cliente y Sistemática Comercial del Grupo Cooperativo Cajamar.

Durante mis más de 30 años de experiencia profesional, en todos los puestos desempeñados, siempre he tenido presente al cliente, desde el puesto de técnica en el departamento de Marketing a puestos como Responsable de Seguros, de Agentes Financieros o Directora de Zona de la Red Comercial. Mi espíritu Cooperativo, mi carácter y mis ganas de aportar valor al entorno, me llevaron a este maravilloso mundo de la Experiencia Cliente, incorporando dentro de la organización a la que pertenezco un grupo que vela porque cada miembro y decisión que tomemos se piense desde el cliente y aporte valor a éste. En el 2015 conocí a la recién creada Asociación de Desarrollo de Experiencia Cliente (DEC), obteniendo la certificación de ésta en la primera promoción que prepararon de Profesionales de Experiencia Cliente. Este foro profesional me ofreció la oportunidad de ahondar mucho más en esta “nueva” disciplina, que vuelve a poner en valor al “tendero” como un modelo de relación desde cualquier dimensión empresarial, incluso en online.

Entre otras Escuelas de Negocios, colaboro con Fundesem Business School (FBS) en la implantación del Máster de Experiencia Cliente y en la disciplina de “Impulso Organizativo”, palanca clave para conseguir el éxito en el modelo de gestión “Customer Centric”

Sumario de la ponencia:

En esta ponencia se tratarán aspectos como:

- ¿Por qué es importante el Impulso Organizativo?
- Prioridad táctica y Prioridad Estratégica.
- Liderazgo Colectivo y Transversalidad, palancas importantes en la implantación.
- Competencias de Experiencia cliente, Estructura Organizativa y Foros para la gobernanza.
- Las métricas, herramienta que nos ayudará a implantar la Experiencia Cliente.
- Caso de Uso: Valor Emocional como métrica interna.
- Formación y Retribución Variable, como herramientas.