

#1 Un cambio de imagen corporativa no es exitoso si no se traduce a acciones muy concretas que vivirán los clientes.

Conclusiones VFEC



#2 Una experiencia de cliente bien medida, clave para el cambio en sectores maduros como las residencias universitarias.

Conclusiones VFEC



#3 Es posible crear una experiencia de cliente diferencial y estandarizada al mismo tiempo, momento a momento.

Conclusiones VFEC



#4 El continuo diálogo entre las marcas y el consumidor final, claves para el éxito de una estrategia comercial pull.

Conclusiones VFEC



#5 Convencer al negocio de los beneficios de la CX en un sector de números, un reto salvable a través de historias y resultados.

Conclusiones VFEC



#6 Optimizar los momentos de contacto actuales y crear otros nuevos, claves a la hora de construir un Customer Journey.

Conclusiones VFEC



#7 La integración de culturas organizativas diferentes, más fácil con un enfoque de experiencia de cliente entre los empleados.

Conclusiones VFEC



#8 El cuadro de mando de CX al margen de indicadores financieros, una realidad vigente en las empresas españolas hoy.

Conclusiones VFEC

