



 **XIV**
EDICIÓN

FORO EXPERIENCIA DE CLIENTE

Transforming the future. Today.

lukap 

UNA CITA INELUDIBLE PARA LOS APASIONADOS DE LA CX

Un año más, el Foro de Experiencia de Cliente, organizado por Luskap desde hace casi 15 años, volvió a reunir a los amantes de la CX para compartir, disfrutar y aprender, en un ambiente distendido en el que hacer comunidad.

De nuevo, pudimos disfrutar de casos excepcionales, vanguardistas e innovadores, de los que poder llevarse aprendizajes –tanto de los aciertos como de los errores–, así como ideas para aplicar en cualquier organización.

Un año en el que los ponentes tenían en común el haber sido galardonados por su estrategia de clientes o su marca y en el que demostraron que había motivos más que suficientes para ello.



Foro Experiencia de Cliente

Quando el CEO pone al cliente en el centro, todo cambia

Abrió la sesión **Raúl Madariaga**, responsable de relación con el cliente en **IRYO**, para contar que, cuando se embarcó en este proyecto, lo primero que se encontró fue un lienzo en blanco.

Una suerte de la que pudo disfrutar, porque cuando te embarcas en un proyecto por definir, que te permite “*pintar en una pizarra lo que quieres ser, antes de serlo*”, la experiencia puede llegar a ser diferencial. Y así ha sido, en gran parte, porque, como explicaba Raúl, hay tres tipos de empresa: en la que el CEO viene de ventas, en la que el CEO viene de marketing y en la que el CEO pone al cliente en el centro. ¿Sabes cuál es IRYO?

[CLICK HERE](#)

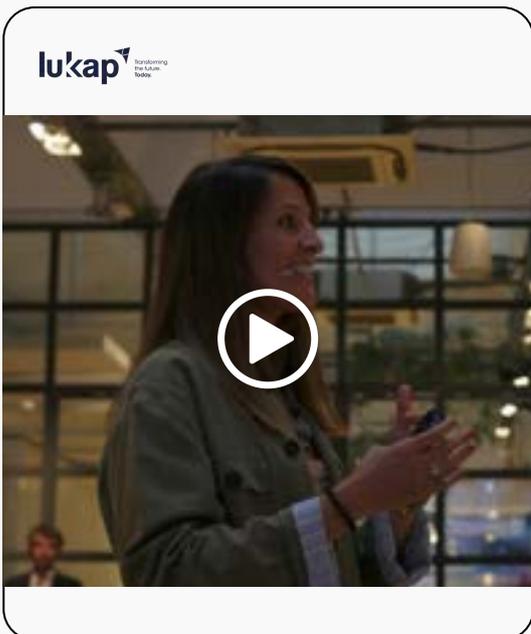


De nada sirve diseñar la mejor experiencia, si el equipo no la sabe trasladar

Continuó **Paula Lafora**, directora de Customer Experience Design & Delivery en Iberia, para compartir lo que está haciendo la compañía para ser tan galardonada a nivel internacional. Porque Iberia no solo es la compañía más puntual del mundo, también ha sido reconocida como la mejor marca (Asociación DEC) y como la compañía con mejor personal de Europa (Skytrax).

Y de eso tiene mucho que ver el programa de formación que están llevando a cabo para que las más de 4.000 personas que tienen a diario volando alrededor del mundo, no solo conozcan, sino que entiendan por qué tienen que ofrecer esa experiencia al cliente.

[CLICK HERE](#)



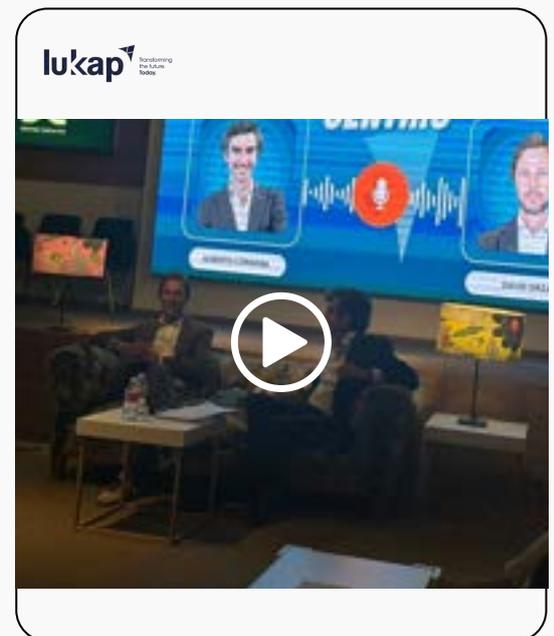
Foro Experiencia de Cliente

10 años trabajando por la transformación hacia el cliente

Y, de repente, decidimos **grabar un podcast en directo**. Porque este año hemos arrancado una iniciativa de la que estamos muy orgullosos y con la que estamos aprendiendo muchísimo y quisimos celebrarlo en público. ¿Y de qué mejor manera que **con un cliente al que llevamos 10 años unidos** y al que hemos visto crecer desde su nacimiento?

Por eso, **David Orza, Head of Customer Experience en ABANCA**, fue el protagonista de un nuevo episodio de **#LíderesCustomerCentric**, donde nos contó cómo la implicación del equipo de dirección ha sido crucial para integrar la estrategia de experiencia del cliente y cómo se ha logrado un cambio cultural significativo en la organización.

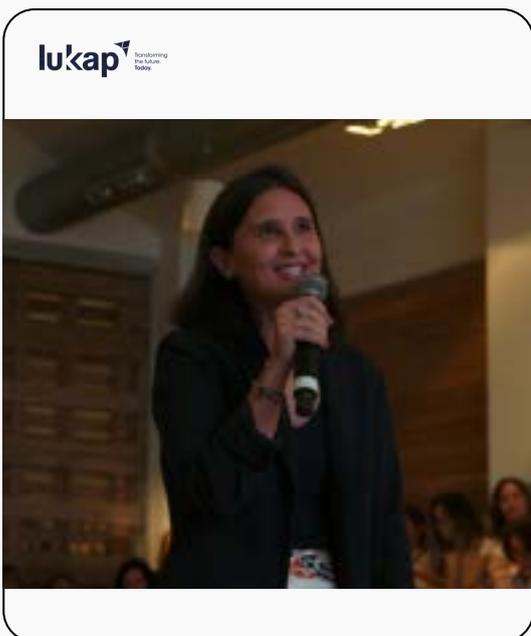
[CLICK HERE](#) 



Un grupo de expertos para transformar el futuro de la experiencia de cliente

Y no podíamos terminar de otra forma que con nuestro grupo de expertos CX, liderado por nuestra socia-directora, Cristina Serrano, con el cual llevamos todo el año trabajando para **conseguir que la experiencia de cliente se convierta en el motor de las compañías**.

No pudieron estar todos, pero tuvimos la suerte de contar con una representación magnífica, formada por Jose Pozo Mateo, Gema Medina, Ismael Valladar, Belén Fernández y Josep Parera, para abordar los retos a los que se enfrenta la CX en las organizaciones y cómo los están trabajando: customer centricity, formación a los empleados, impacto de la IA, correlación con la experiencia de empleado...



LA EXPERIENCIA DE CLIENTE DA EL SALTO A TODA LA ORGANIZACIÓN

Llevamos tiempo viéndolo. La experiencia de cliente lleva años asentándose en las organizaciones, escuchándose en reuniones importantes, pero, por fin, se ha instaurado en los comités de dirección.

Como pudimos ver a lo largo de todo el Foro de Experiencia de Cliente, la CX ya no es cosa de los departamentos responsables únicamente.

Cuando empezamos a trabajarla, hace 15 años, no había un interlocutor claro. Comercial, marketing, operaciones... apasionados e innovadores llaneros solitarios emprendían un viaje, del que se enamoraron al conocerlo, pero había que dar con ellos.

Hoy, tantos años después, vemos orgullosos cómo la experiencia de cliente no es un nicho ni un silo, es algo que ha calado en las organizaciones y a lo que el CEO presta atención. Vemos compañías que tienen la fortuna de nacer desde el cliente –IRYO–; otras que consiguen reenganchar y motivar a los empleados, explicándoles el valor que tienen ellos ante el cliente –Iberia–; algunas cuyos comités de dirección ayudan a impulsar la transformación hacia el cliente –ABANCA–; y muchas otras que están consiguiendo que los retos a los que se enfrentan las organizaciones se estén abordando desde una perspectiva única: la del cliente.

¿Qué nos deparará la edición del próximo año? No lo sabemos, pero desde luego nos gustaría que tú siguieses acompañándonos.



lukkap



Transforming
the future.
Today.

 lukk.com

 info@lukk.com

 [Lukk](https://www.linkedin.com/company/lukk)

 [@lukk.spain](https://www.instagram.com/lukk.spain)

 [Lukk](https://www.youtube.com/Lukk)