

SOCIAL CUSTOMER DAY - 2^a edición

Descripción: El “Social Customer Day” es un evento creado por empresas para entender a los clientes de hoy. Un cliente social, cada vez mejor informado, comunicado e interconectado. Un cliente que reclama un servicio de excelencia y que tiene unas necesidades particulares que deben ser comprendidas y satisfechas con la mejor atención, la mayor calidad, la máxima oportunidad y una óptima comodidad.

Objetivo general: Comprender el comportamiento del cliente del siglo XXI para diseñar estrategias efectivas que permitan gestionar la relación con la comunidad de clientes; marcar la diferencia frente a la competencia y ser reconocidos por el compromiso con la excelencia en el servicio.

Objetivos específicos:

- Aprender aspectos prácticos para lograr la excelencia en el servicio.
- Conocer las tendencias en comunicación, marketing y social media.
- Tomar ejemplo de tácticas y estrategias de servicio con éxito medido.

Dirigido a: Este evento está dirigido a empresas, empresarios y emprendedores interesados en lograr la excelencia en el servicio, aprovechar al máximo las bondades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y que comprenden que el activo más importante en su empresa son sus clientes.



Programa:

1. Bienvenida – CINC
2. Presentación y explicación de los objetivos del Social Customer Day - ASEM
3. Conferencia – Servicio al Cliente & Medios Sociales – Advantage Service
4. Evaluación de satisfacción y clausura - CINC

Servicio al Cliente & Medios Sociales

Juanita Acevedo Segura – Social Customer Expert

Partiendo de la base de que todas las empresas necesitan de clientes para existir, resulta evidente la necesidad de centrar toda nuestra atención en ellos, pero, hoy esto es más, mucho más evidente. La explosión de medios sociales le han dado a los clientes poderosas herramientas además de para expresarse también para actuar.

En esta nueva era de la comunicación 2.0; en la que todas las empresas son conscientes de la necesidad de estar presentes en la red; de hacer uso de los medios sociales a su alcance y del inmenso poder que hoy en día tienen los clientes; resulta esencial la presencia de una persona cuya función principal sea la de “escuchar la voz del cliente” sirviendo de canal entre este y la empresa, actuando con total celeridad para darle una respuesta efectiva como lo exige hoy en día el social media.

Esta figura hoy ampliamente reconocida como Community Manager tiene en sus manos una gran responsabilidad: La reputación de la empresa. Por lo mismo, es indispensable que este colaborador además de manejar perfectamente las herramientas tecnológicas que supone una excelente estrategia de marketing digital, cuente con excelentes habilidades de comunicación, empatía y una clara orientación hacia el servicio. Así es, una importante actitud de servicio puesto que de él dependerá que la



satisfacción o insatisfacción del cliente repercute en la imagen de la empresa y se haga viral en la red.

Por lo anterior, el principal objetivo de esta conferencia es hacer conscientes a los participantes de la incidencia del social media en la percepción que se tiene del servicio que brindan las empresas, como de la auténtica orientación hacia el cliente dependerá en importante medida la su reputación y el papel determinante que juega hoy en día la figura del Community Manager.