



HIGHLIGHTS

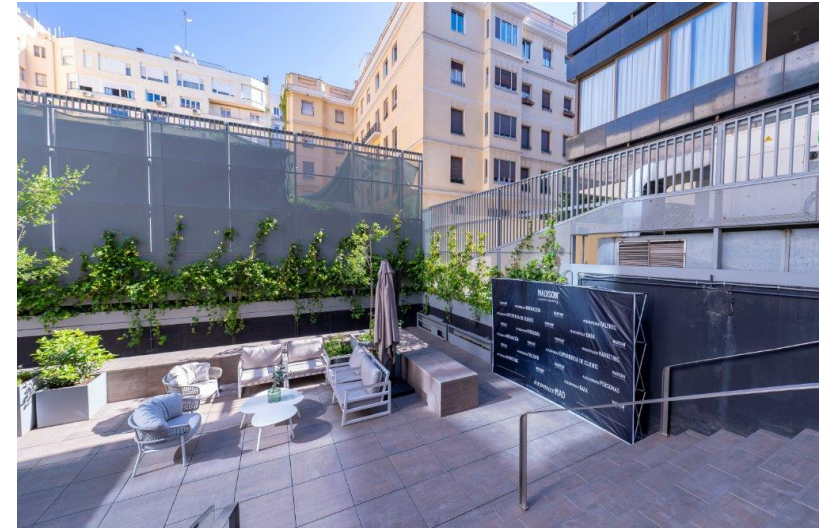
EVENTO ORGANIZADO POR **MADISON**[®]
experience marketing

¿QUÉ ES MADISON?

Somos un **grupo internacional** de empresas de servicios de **Marketing y Digitalización**.

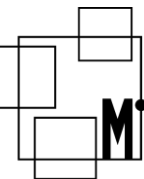
Ayudamos a las marcas a crecer y mejorar las relaciones con sus clientes, y lo hacemos realidad a través de nuestras **6 Unidades de Negocio**.

Incorporamos **altas Capacidades Tecnológicas, Digitales y de Inteligencia Artificial** para entregar un servicio de alto valor añadido.



“La Era de la Experiencia de Cliente Inteligente y del Empleado como Generador de Engagement”

VÍDEO RESUMEN





#MADXChange24

BIENVENIDA E INTERVENCIÓN

”

Estamos viviendo un momento de **cambios significativos** que se están produciendo simultáneamente en muchos ámbitos, incluyendo el geopolítico, político, económico y normativo. Se están produciendo a un ritmo acelerado, especialmente a nivel **tecnológico**.

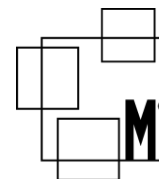
Aunque esto supone un desafío, también es una **oportunidad** para **innovar** y **expandirnos** gracias a nuestras **6 Unidades de Negocio**.

MADISON[®]
experience marketing



Montserrat Martín Salvador

Dtora. General de MADISON
Experience Marketing





30 AÑOS AYUDANDO A LAS MARCAS
A RELACIONARSE CON SUS CLIENTES

www.madisonmk.com
información@madisonmk.com



#MADXChange24

La Transformación de CX en 2024

LA FUSIÓN DE LA REALIDAD VIRTUAL Y AUMENTADA
PARA CUSTOMER ENGAGEMENT.

Experiencias inmersivas

Fuente: Apex America

MESA DEBATE

La Experiencia de Cliente en la era de la IA generativa y las Experiencias Inmersivas:

programas VoC, arquetipos, automatización, omnicanalidad, emociones, empatía y personalización.



PALOMA PARAJA

GERENTE
EXPERIENCIA DE CLIENTE
SANTA LUCÍA



CARLOS HUGO CANO

DIRECTOR
DE EXPERIENCIA DE CLIENTES
AEDAS HOME



RAQUEL SÁNCHEZ

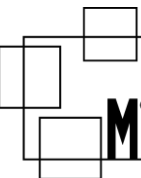
DIRECTORA
DE CRM
AVORIS TRAVEL



JOSE LUIS DELMAS

DIRECTOR
CX, INSIGHTS & ANALYTICS
MADISON INTERNACIONAL

MODERA



FRASES DESTACADAS

”

 santalucia
SECURUS

El objetivo es utilizar la **tecnología** no solo para simplificar las operaciones, sino también para entender mejor a los clientes.

De esta manera, se puede ofrecer un **servicio más eficiente** y **personalizado**, adaptado a sus necesidades.

Paloma Paraja

 AEDAS
HOMES

La **experiencia** del cliente debe ser personalizada. Contamos con un algoritmo de punto de venta donde se concentran el mayor número de visitas. Este **algoritmo** identifica los patrones de los clientes que van a fallar, logrando una mayor personalización sobre las visitas.

El objetivo es entender y predecir el **comportamiento de los clientes** para poder ofrecerles una experiencia única y personalizada.

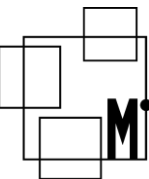
Carlos Hugo Cano

 Avoris
CORPORACIÓN EMPRESARIAL

La **segmentación** y el **perfilado** son fundamentales para vender experiencias. Por ello, la personalización es la clave.

Nuestra misión es ofrecer experiencias de viaje **únicas** y **personalizadas** que cumplan con las expectativas e ilusiones de nuestros clientes.

Raquel Sánchez



La Experiencia de Cliente en la era de la IA generativa y las Experiencias Inmersivas

”

Hoy, en la era de la **IA generativa** y las **experiencias inmersivas**, seguimos comprometidos con nuestro enfoque centrado en las **personas**.

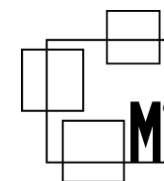
Al aprovechar la IA generativa, podemos personalizar las experiencias de los clientes a un nivel sin precedentes, creando **interacciones** que van más allá de la simple transacción y se convierten en **relaciones** significativas y duraderas.

En esta nueva era, nuestra misión sigue siendo la misma: **ayudar a las marcas** a construir relaciones sólidas y significativas con sus clientes.



Jose Luis Delmas

Dtor. CX, Insights & Analytics MADISON
Experience Marketing



Experiencia de empleado



↑ 44% RETENCIÓN



↑ 300% INNOVACIÓN



↓ 125% BURNOUT

LA FELICIDAD ES EL NUEVO
“ENGAGEMENT”, los empleados
felices generan un impacto
directo en los resultados de
negocio.

Porque EXPERIENCIA DE CLIENTE y EXPERIENCIA DE EMPLEADO son un BINOMIO GANADOR.

Para generar experiencias en otros, HAY QUE VIVIRLAS.

CUSTOMER & EMPLOYEE EXPERIENCE EN EL CONTACT CENTER:

CASOS DE USO



CASOS DE USO: CX & EX e IA en la atención al cliente

”

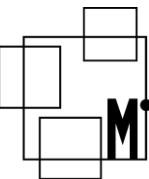
En MADISON, disponemos de una amplia variedad de **casos de uso** en los que la **Inteligencia Artificial generativa, WhatsApp**, entre otras herramientas, juegan un papel fundamental.

Nuestro enfoque se centra en la utilización de la tecnología para optimizar nuestras **estrategias** de marketing y comunicación, permitiéndonos así, interactuar con nuestros **clientes** de una manera más eficaz.



Alberto Vielba

Dtor. de BPO Contact Center



ENTREVISTA



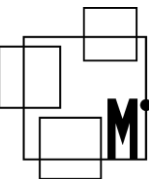
Cristina Castillo

Experta en Retail y formadora en
Habilidades EMOCIONALES



Sonia García

Dtora. de Clientes y Marca en MADISON
Experience Marketing



Experta Employee Experience: El valor de tu empresa está en las personas que la forman

”

Mi enfoque es crear un ambiente de trabajo que fomente la **creatividad** y la **innovación**, y que nos permita ofrecer un servicio único y diferenciado a nuestros clientes.

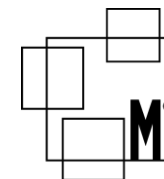
Por ello, trabajamos para romper la **verticalidad**, mejorar nuestra versión respecto al día anterior, para poder diferenciarnos con respecto a nuestra **competencia**.

Además, fomentamos la **vulnerabilidad en el liderazgo** como una fortaleza para promover la empatía y la autenticidad.



Cristina Castillo

Experta en Retail y formadora en Habilidades EMOCIONALES



MESA DEBATE

La Experiencia del Empleado clave para fortalecer la Experiencia del Cliente en un entorno inteligente.



CRISTINA CASTILLO

EXPERTA EN RETAIL Y
FORMADORA EN HABILIDADES
EMOCIONALES



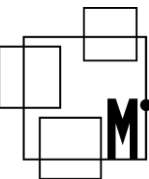
PATRICIA RECIO

LEARNING & EMPLOYEE
EXPERIENCE MANAGER EN
SECURITAS DIRECT



JOSE LUIS DELMAS

DIRECTORA DE CLIENTES Y MARCA
MADISON



FRASES DESTACADAS

”

Creo en la importancia de crear un **entorno seguro**, para fomentar el crecimiento y el desarrollo tanto en el ámbito profesional como en el personal.

Donde se fomenta la **comunicación abierta**, se respeta la diversidad y se valora la contribución de cada individuo. Esto puede llevar a una mayor **innovación**, ya que las personas se sienten libres para compartir **ideas** y **soluciones** creativas.

Cristina Castillo



La **experiencia** del cliente debe ser personalizada. Contamos con un algoritmo de punto de venta donde se concentran el mayor número de visitas. Este **algoritmo** identifica los patrones de los clientes que van a fallar, logrando una mayor personalización sobre las visitas.

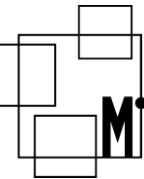
El objetivo es entender y predecir el **comportamiento de los clientes** para poder ofrecerles una experiencia única y personalizada.

Patricia Recio

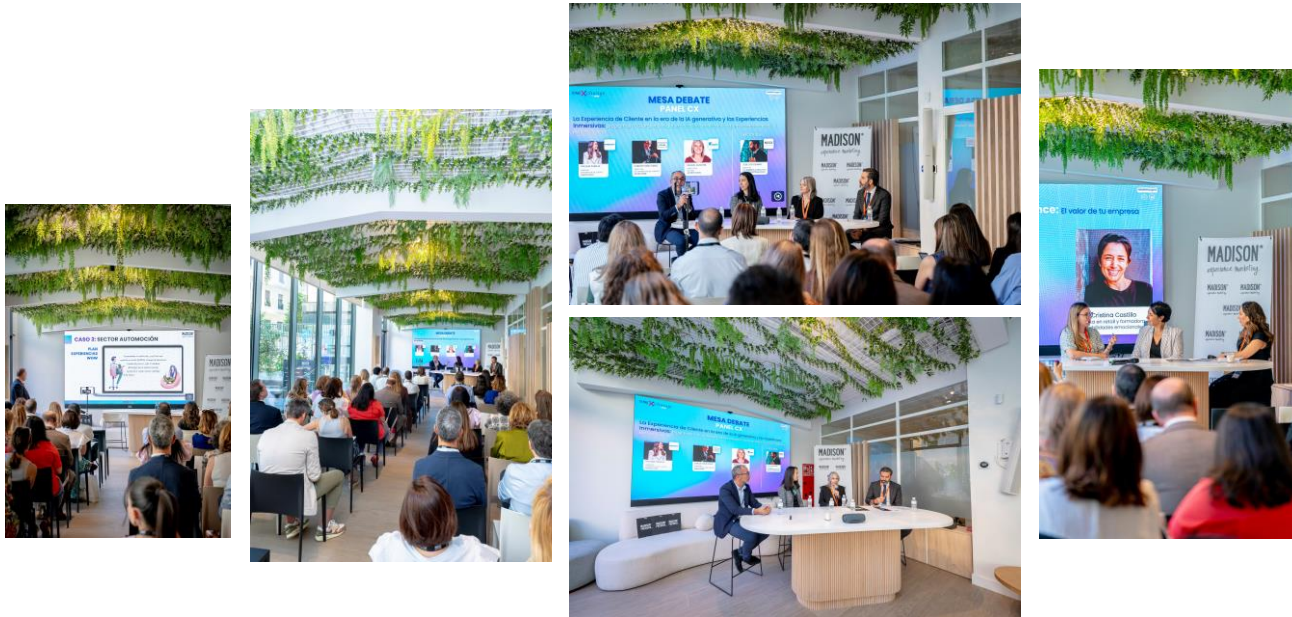
MADISON[®]
experience marketing.

En MADISON, utilizamos la **tecnología** para mejorar la experiencia de nuestros **empleados**, lo que nos permite ofrecer una atención y una experiencia adecuada, adaptada y personalizada a los clientes con los que interactuamos.

Sonia García



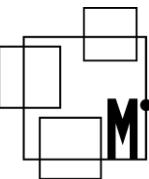
IMÁGENES DESTACADAS, ¡Y MUCHO MÁS!



[Ir a las imágenes del
MADXChange](#)

[Ir a la ponencia
completa](#)

*Es **importante** tener en cuenta que estas **imágenes** son de **carácter interno** y no deben ser compartidas en redes sociales sin el **permiso** de las **personas implicadas**.



¡NOS VEMOS EN EL PRÓXIMO!



Madison MK



@madison__mk



<https://madisonmk.com/>



EVENTO ORGANIZADO POR **MADISON**[®]
experience marketing

+ 34 914 52 18 00