

DEC convoca la cuarta edición de los premios a la experiencia de cliente

La experiencia de cliente se pone a examen en una nueva edición de los premios que, con carácter anual, convoca la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC). El plazo de inscripciones finaliza el próximo 9 de junio.

Con estos premios, DEC quiere reconocer el trabajo de las empresas que mejor han implementado durante el último año el concepto de experiencia cliente en España en tres categorías distintas, además de otorgar otros dos premios especiales a iniciativa del jurado.

Las categorías son Mejor Estrategia, Mejor Customer Journey y Mejor Proyecto de Involucración de Empleados.

Asimismo, el jurado, formado por reconocidos profesionales de distintos campos relacionados con la experiencia de cliente, concederá dos premios especiales al Mejor CEO/Directivo Impulsor y a la Marca Mejor Valorada por sus Clientes.

Los galardones se entregarán el jueves 29 de junio en Platea (Madrid).

NUEVO DIRECTOR GENERAL. Jesús Castells es el nuevo director general de DEC, en sustitución de Pedro Barranco. A lo largo de su carrera, Castells ha desempeñado diversos puestos directivos en multinacionales como Orange, Kodak, Mondelez y Publicis, y es profesor en la escuela de negocios ESIC desde 2006. Además, es fundador de la startup Remember Me.



Jesús Castells.

Nace Shackleton Datalytics



De izquierda a derecha: David McKenzie, Pablo Alzugaray, CEO de Shackleton, y Luis Crespo.

La agencia de publicidad Shackleton ha transformado su unidad de customer intelligence en Shackleton Datalytics, una compañía especializada en analítica y datos aplicados a marketing, ventas y omnicanalidad que nace con oficinas en Madrid y Barcelona, que dirigirán Luis Crespo y David McKenzie, respectivamente.

Shackleton Datalytics ofrece servicios de profiling, targeting, psicometría, propensión, predicción, CRM y UX entre otros, brindando soporte técnico a los equipos de las empresas para planificar, ejecutar y medir programas de captación, conversión, fidelización, anti-atracción y recuperación. También completa su portafolio con herramientas de monitorización: KPIs, métricas, testing, dashboarding, etc.

El equipo de la compañía integra a especialistas en matemática aplicada, econometría, estadística, programación, data mining o psicología. Y, a la vez, está estableciendo acuerdos tripartitos de investigación aplicada con partners expertos y universidades.



OMD Always in motion

Muchos puntos de vista para una visión común.

Por **Anabel Varela**, Head of Strategy and Innovation

"Era el mejor de los tiempos y era el peor de los tiempos; la edad de la sabiduría y también de la locura; la época de las creencias y de la incredulidad; la era de la luz y de las tinieblas; la primavera de la esperanza y el invierno de la desesperación"

Las palabras con las que Charles Dickens comienza Historia de dos Ciudades, nos pueden ayudar a describir un entorno de marketing cada vez más complejo, más caótico y fragmentado que a veces sacrifica la visión a largo plazo, por los resultados a corto plazo, y si se socava la estrategia y la visión a largo plazo, la creatividad y las marcas sufren, porque es allí donde residen.

En OMD, nuestro objetivo es hacer crecer el negocio de nuestros clientes, ayudando a construir marcas que tengan cada vez más participación en la vida de las personas. Para conseguirlo, trabajamos con una filosofía y metodología única de OMD: Vision, que nos permite trabajar en enfocándonos en sus marcas y su negocio.

La unidad de Estrategia está formada por especialistas que venimos de diferentes disciplinas y experiencias, aportando cada uno un punto de vista único para conformar una visión común.

Es un gran placer para mí presentaros a nuestro equipo, liderado por mí, Anabel Varela, Head of Strategy and Innovation, que he pasado por casi

todos los lados de la mesa; agencia de publicidad, anunciante y ahora agencia de medios; Patricia Ochando, Senior Strategy and Innovation Planner, que desde sus comienzos como redactora publicitaria, se especializó en estrategia digital; María Gómez, Dots Manager & Strategy Planner, nuestra tecnóloga; ingeniera técnica en diseño industrial y licenciada en publicidad y RRPP y Danilo Cascino, Strategy and Innovation Director para Barcelona, nuestro estratega con alma de lingüista.

Además, para nosotros influir en el negocio y las marcas de nuestros clientes de una manera más amplia, desarrollando soluciones que añadan valor a la vida de las personas y a nuestra sociedad se ha convertido en casi una obsesión. Por eso, a través de DOTS, nuestro laboratorio de innovación, trabajamos de la mano con diferentes startups para crear productos, servicios y comunicaciones que rompan mercados, explorando nuevas áreas de relevancia para las personas a través de la innovación y de la tecnología.



Danilo Cascino, Patricia Ochando, Anabel Varela y María Gómez Miguel - Romero