

Experiencias que marcan Memoria 2020

Índice

Carta del presidente

5

1. Asociación DEC

Quiénes somos: nuestros socios	8
Manifiesto	10

2. Encuentros 2020

Congreso DEC	12
Premios DEC	18
Viernes DEC	22

3. Servicios DEC

II Edición de DEC Selección	26
Programa para el Desarrollo Profesional en Experiencia de Cliente (NOVEDAD)	28
Certificación DEC	30
DEC Webinars	31
Workshops DEC (NOVEDAD)	37
DEC Solving	39
Bolsa de Empleo	40

4. Publicaciones

Onda del Empleado (NOVEDAD)	42
Manual DEC	44
Informe DEC – BAIN & COMPANY	45
Revista DEC: The Journey by DEC	47
Fichas técnicas	48

5. Comunicación

Prensa	50
Newsletter	52
Página Web DEC	53
Redes Sociales	54

6. Nosotros

Gobierno	56
Áreas DEC	57
DEC LATAM	61
Propuesta de valor DEC	62
DEC is Digital	63

Agradecimientos

64

Retos 2021

65

Carta del presidente

Simplemente... gracias



Qué mejor oportunidad que usar estas primeras líneas de la Memoria DEC 2020 para, simplemente, daros las gracias.

Tal como reflejamos en la propia portada de este resumen anual, desde DEC queremos reconocer a todos y cada uno de nuestros socios por su incansable y continuo esfuerzo para seguir fortaleciendo la Experiencia de Cliente, más aún durante un año tan convulso e insólito como lo fue el 2020.

Con el dramático impacto que la pandemia de la COVID-19 ha tenido en la sociedad, parece difícil encontrar una lectura positiva a un año tan excepcional. Pero, también en estos momentos de incertidumbre afloran un sinfín de oportunidades para que empresas y organizaciones adapten su propuesta de valor al contexto actual.

Por tanto, debo reconocerle al 2020 que ha sido un año lleno de aprendizajes y que ha impulsado y acelerado cambios profundos, e incluso, me atrevo a asegurar, irreversibles en el comportamiento y hábitos de clientes y empleados. Por ello, desde la Asociación DEC también hemos puesto a prueba, junto a todos vosotros, una de las grandes cualidades de la humanidad: la capacidad de adaptación.

Durante todo el 2020, DEC, junto a sus socios, ha conseguido adaptar y transformar toda su propuesta de valor para poder ofrecer una experiencia digital memorable, demostrando así que la innovación y la tecnología son esenciales en esta nueva era que se caracteriza por la escucha activa y permanente del cliente. Una cultura nativa digital y multigeneracional, en la que la automatización, el Big Data o la Inteligencia Artificial están perfilando la Experiencia de Cliente y de Empleado como elemento vertebrador clave para el desarrollo de las empresas.

Sin embargo, es importante recordar, que innovar por innovar no puede ser el objetivo, sino lograr que esa experiencia sea diferencial, recomendable y rentable. Y es aquí donde reside la clave de los procesos de transformación: las personas.

Por ello, no puedo terminar esta reflexión sobre el 2020 sin acordarme de las personas que forman el equipo DEC, un pequeño gran equipo que, sin descanso, ha logrado mucho en muy poco tiempo gracias a su compromiso, dedicación, capacidad de adaptación y generosidad. Gracias.

Vosotros, nuestros socios, sois los verdaderos protagonistas de DEC, así que no olvidéis decirnos cómo podemos ayudaros, qué podemos hacer para facilitaros vuestro trabajo y vuestro crecimiento profesional en esta disciplina. Cada año, cada día queremos estar más cerca.

Muchas gracias.

Un abrazo,

Jorge Martínez-Arroyo

Presidente de DEC



1

Asociación DEC

Quiénes somos
Manifiesto

Quiénes somos: nuestros socios

La Asociación DEC cuenta con 142 socios corporativos y más de 1.200 en total.

Nuestra visión es desarrollar el concepto de Experiencia de Cliente en toda la sociedad para que nuestras empresas sean reconocidas por entregar una experiencia única, diferencial y rentable, generadora de fuertes vínculos con sus clientes y de resultados sostenibles en el tiempo.





Manifiesto



Creemos que la Experiencia de Cliente es...

Es un elemento transformacional clave para la competitividad.

Se genera a partir de todas las interacciones con el cliente.

Debe ser relevante, diferencial y transmisora de la marca.

Es racional, es emocional y debe ser homogénea.

Parte del conocimiento del cliente.

Se entrega por todos los empleados a partir de una cultura integral y única.

Precisa de profesionales especializados, pero con una visión global.

Trabaja con metodología y know-how específico.

Es medible y sus palancas son identificables y accionables.

Permite el desarrollo sostenible de resultados: mejoras la captación, retención y vinculación con los clientes.

DEC Asociación para el
Desarrollo de la
Experiencia de Cliente

A modern interior scene featuring a light-colored wooden table and several brown upholstered chairs. Three black conical pendant lights hang from the ceiling. A small potted plant sits on the table. The background is a soft-focus view of a city skyline. A large white number '2' is overlaid on the left side of the image.

2

Encuentros 2020

Congreso DEC
Premios DEC
Viernes DEC

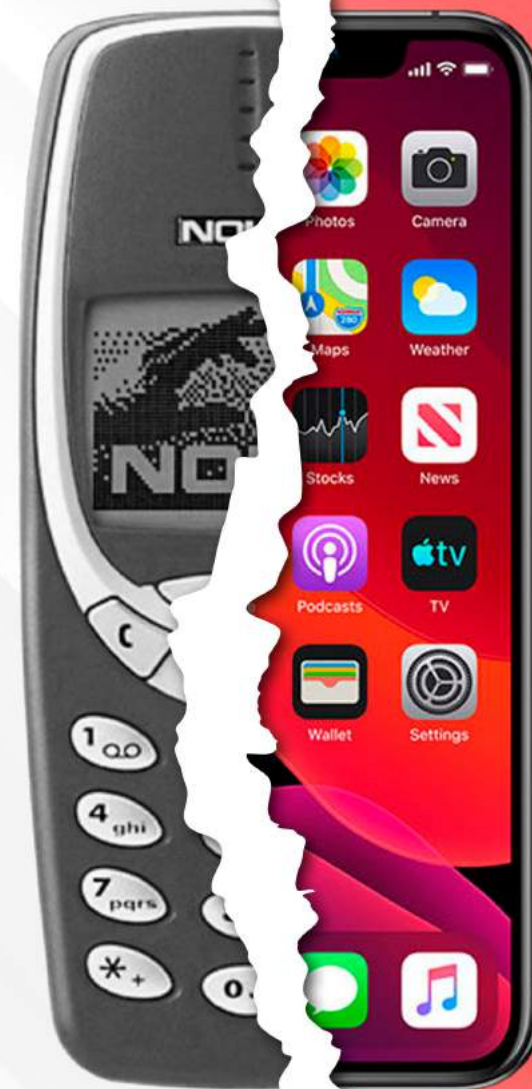
 100 % online

 6 de octubre

THE EXPERIENCE EVOLUTION

El VII Congreso Internacional de Experiencia de Cliente se celebró el 6 de octubre de 2020, y por primera vez en la historia de la Asociación DEC, fue en un entorno 100% online. La jornada estuvo dirigida por la periodista Marta Jaumandreu, quien dio la bienvenida a ponentes y participantes y, en especial, agradeció su participación a los patrocinadores del evento: al **patrocinador platino Medallia**, a los **patrocinadores oro Kantar, Likeik y Oracle**, así como a los **colaboradores: La Información, Radio Intereconomía y RegaloPublicidad.com**.

El Congreso estuvo dividido en 4 bloques diferenciados y, tuvo como hilo conductor la evolución de la Experiencia de Cliente en los últimos años y la ruptura que ha supuesto en la actualidad la transformación digital.



Primer bloque: Evolución de la Experiencia de Cliente: tendencias, metodología, y nuevas herramientas. Parte I.

Este primer bloque estuvo compuesto por cuatro ponencias de diferentes expertos. El encargado de abrir el evento fue **Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de DEC**, quien, con su presentación “En medio del caos también hay oportunidad” hizo un interesante análisis de las diferentes crisis que asolaron el mundo desde la Gran Depresión de 1929 y que han resultado ser un catalizador dentro del mercado.

Después llegó la exposición de **Dimitris Bountolos, Director de Sistemas de Información e Innovación de Ferrovial**, quien habló de la “Innovación centrada en el cliente en un mundo digital” y de cómo las nuevas tecnologías han provocado interacciones cada vez más humanas.

A continuación, fue el turno de uno de los ponentes más esperados, **Lior Arussy, Acelerador de estrategias, escritor de 15 libros, fundador de Stravity, y responsable en Banca Online y Experiencia de Cliente**. Lior, con su ponencia “Experiencia de Cliente 2020, reflexiones y predicciones” hizo alusión a la concienciación, como el punto más importante para hacer que la empresa crezca sin una motivación financiera como única meta.

Alain Thys, Arquitecto de Experiencia y Fundador de customerfit.eu, con su ponencia sobre “La Dirección de Experiencia de Cliente: Ayer, hoy y mañana”, recordó que la CX “es vieja en sí misma”. El primer reto es conseguir la felicidad del cliente fijándonos en las experiencias anteriores y tratando de averiguar cuáles serán las futuras.



Un café con...

Tras estas exposiciones, la presentadora dio paso al nuevo bloque llamado “Un café con...”, en el que los patrocinadores ofrecieron diferentes webinars, donde abordaron diversos temas para mejorar la gestión del desarrollo de la Experiencia de Cliente.

Una de las charlas estuvo a cargo del **patrocinador platino, Medallia**, en la que se se pudo disfrutar de la entrevista realizada por **Eduardo Crespo, Vicepresidente del sur de EMEA en Medallia**, a **Fred Reichheld, Socio de Bain&Company y creador del sistema de gestión NPS**, donde destacó la importancia de mantener un perfecto equilibrio entre lo humano y digital.

Otro de los webinars fue liderado por **Kantar, patrocinador oro**, que contó con la participación de **Manuel Pariente, Director de Desarrollo de Nuevos Negocios en Kantar España**, y de **Richard Ayllón, Director de CX en Kantar, Insights Division**, en el que destacaron la importancia de conectar con los clientes ofreciéndoles experiencias que les generen emociones positivas, pues las recordarán siempre.

Por su parte, **Likeik**, otro de los **patrocinadores oro**, contó en su sesión con la colaboración de **Josu Madariaga, Responsable Experiencia de Cliente de Eroski, Almudena Méndez, Experiencia de Personas en Cajasiete; Álvaro Montero, Responsable de Business Intelligence & Analytics en Likeik CX; y Bruno Mata, Fundador de Likeik CX, tools & people**, quienes reflexionaron sobre cómo las organizaciones pueden avanzar a través de la Voz de Cliente.

Finalmente, la cuarta sala, de acceso privado, fue la organizada por el también **patrocinador oro, Oracle**. Aquí debatieron sobre la Voz del Cliente en el sector asegurador. Para ello, contaron con directivos de esta firma, como fueron **Rafael Álvarez-Romero, Client Partner de Servicios Financieros en el área de Customer Experience; Francis Mac Aonghus, Director de Industria y Transformación Estratégica de EMEA; y Ana del Amo, Principal Solution Engineer para soluciones de Customer Experience**; además de la participación de **José Ignacio Albadalejo, Director de estrategia en The Cocktail**.



La evolución del CX por industrias

Finalizada esta sección, Jaumandreu presentó el siguiente bloque de charlas sobre la Evolución de la Experiencia de Cliente por industrias, también dividido en varias salas.

Mar García-Ramos, Especialista en Movilidad, expuso su presentación sobre “El usuario y sus necesidades, los drivers del nuevo ecosistema de la movilidad sostenible”; mientras, en otra sala, **Rodrigo García de la Cruz, Especialista en Banca y Fintech**, hablaba acerca de “Fintech Experience: the future CX in banking sector”.

A continuación fue el turno de **Enrique Gómez, Especialista en TELCO**, cuya charla se titulaba “Que veinte años no es nada”, y en la segunda sala se contó con la participación de **Víctor Gonzalo, Especialista en Moda y Retail**, que expuso acerca de “El futuro del retail, la adaptación a las nuevas tendencias del consumo”.



Evolución de la Experiencia de Cliente: tendencias, metodología, y nuevas herramientas. Parte II

Evan Kohn, Especialista en IA, abrió el último bloque con su ponencia “Hiperpersonalización: Cómo las marcas pueden ganarse la siguiente década”, en la que habló sobre cómo cada vez los clientes demandan experiencias más personalizadas, y sobre cómo las compañías deben ser capaces de conectar con ellos y mostrar empatía.

Inmediatamente después, llegó el turno de **Colin Shaw, Fundador y CEO de Beyond Philosophy**. A través de su exposición titulada “La próxima ola de cambio para la Experiencia de Cliente en 2021”, Colin hizo ver a los asistentes que los clientes no eligen entre experiencias, sino entre los recuerdos ligados a esas experiencias.

Antes de finalizar, **Jesús Cochegrus, Speaker internacional, empresario, emprendedor y creativo**, describió al “Homo Smartphonis, el nuevo cliente” a través de una presentación muy amena, en la que, haciendo uso de la metáfora y el humor, contó como las expectativas han cambiado a lo largo de los años. Aquello que antes se consideraba innovación se ha convertido en lo mínimo que un cliente espera de una empresa.

La última conferencia de este VII Congreso organizado por DEC, estuvo a cargo de **Bruce Temkin, Director de Qualtrics XM Institute**, quien a través de su ponencia “Experiencia de Cliente: Qué hemos aprendido y cómo la Experiencia de Cliente cambiará durante la próxima década”, hizo una comparativa entre 2010 y 2020 en cuanto a las herramientas, profesionales, y actores que forman parte de una empresa.

Tras esta última ponencia, Marta Jaumandreu cerró el VII Congreso Internacional de Experiencia de Cliente, despidiéndose de ponentes y participantes con la siguiente frase: “El mundo sigue evolucionando, evolucionemos con él”.



Tras todas las intervenciones finalizaba el VII Congreso internacional, agradeciendo la presencia de los asistentes, ponentes, patrocinadores, colaboradores y media partners:

Patrocinador Platino

Medallia

Patrocinadores Oro

KANTAR

likeik
CX tools & people

ORACLE

Media Partners y Colaboradores

LA iNFORMAC!ÓN

 **radio**
intereconomía

REGALOPUBLICIDAD.COM
REGALOS DE EMPRESA PERSONALIZADA

Premios DEC

📍 **Terraza Casa Suecia**

📅 **9 de julio**

La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) entregó el 9 de julio los VII Premios DEC a las empresas que realizan las mejores prácticas en esta disciplina en una ceremonia presentada por la periodista Marta Jaumandreu. El evento se celebró en la Terraza Casa Suecia del hotel NH Collection de Madrid. Dada la situación sanitaria provocada por la pandemia, el aforo fue más reducido que en ediciones anteriores, por lo que, por primera vez, la gala fue retransmitida por streaming.

La temática giró en torno a los Juegos Olímpicos, asociando la Experiencia de Cliente a los valores deportivos, imprescindibles para poder participar en una `carrera de fondo` hacia el éxito. El evento fue apoyado por Medallia, como patrocinador Platino y RCI Bank, como patrocinador oro. Los colaboradores fueron La Información, Radio Intereconomía y RegaloPublicidad.

El jurado valoró las candidaturas por su valor estratégico, originalidad e innovación y, por el impacto en resultados de negocio. Los 13 expertos que evaluaron las candidaturas fueron:

- **Ángel Asensio:** Presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid y Presidente de la Federación Española de las Empresas de la Confección (Fedecom)
- **Jorge Martínez-Arroyo:** Presidente de DEC
- **Patricia Jiménez:** Marketing, Customer Centricity & Communication Director Iberia en MetLife y Vicepresidente de DEC
- **Mario Taguas:** Director de Clientes de Mutua Madrileña y Vicepresidente de DEC
- **Jaime Marín Otero:** Seamless Experience Discipline Leader en BBVA
- **Filipa Rocha:** Franchise Operations Project Manager en Coca-Cola
- **Fuensanta López-Guillén:** Directora de Calidad en Telefónica
- **Paula Toural:** Directora de Experiencia de Cliente en Globalia
- **Manuel Carro:** Director de Customer Experience en Universidad Internacional de Valencia
- **Iñaki Fernández López-Zuazo:** Profesor e Investigador en Mondragon Unibertsitatea y Especialista en modelos de relación con cliente en MIK S.Coop
- **Ana Egido:** Redactora jefe en IPMARK
- **Diego Martínez Perán:** Vicepresidente de Intereconomía
- **Juan Delgado:** Periodista



Premios DEC

Los ganadores fueron:



Mejor
Estrategia en CX

Bankia



Mejor Customer
Journey

 **IBERDROLA**



Mejor Iniciativa
de Empleados

 **HomeServe**



Mejor Proyecto
de Innovación


REPSOL



Directivo
del Año en CX

Kike Sarasola

RoomMate HOTELS



Mejor Marca en
Experiencia de Cliente

NETFLIX



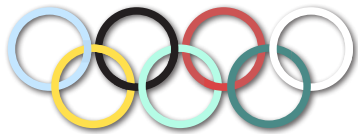
Mejor Labor
Periodística sobre CX

Alfonso Gil

D Directivos
y empresas

Como colofón del evento y antes de dar paso al cóctel, se invitó a todos los asistentes (presenciales y virtuales) a jugar al Quiz donde tuvieron que demostrar sus conocimientos en Experiencia de Cliente, y después de tantas emociones, pudieron disfrutar de una magnífica velada, contemplando el cielo de Madrid.

Premios DEC



2020

Agradecimiento especial por la presencia de los asistentes, patrocinadores, colaboradores y media partners:

Patrocinador Platino

Medallia

Patrocinador Oro



Colaborador

LA INFORMACIÓN



REGALOPUBLICIDAD.COM



Viernes DEC

📍 BNP Paribas

📅 31 de enero

👤 Modera: **Gotzone Soriano**, Head of Partner Success and Customer Experience en BNP Paribas Cardif.
Patricia Serrano, Responsable Diseño de Interacciones y Servicio al Cliente en Iberdrola.
Manuel Sancho, Head of Customer Experience en Banco Sabadell.
María Benito, General Manager American Brands: Kiehl's, IT Cosmetics, Urban Decay en L'Oréal Luxe.
Carlos Sánchez, Head of Customer Quality and Electrified Vehicles en KIA.

Patrocinador

Colaborador



“Construir una identidad única a través de la estrategia de CX”

La sede de BNP Paribas, en Madrid, fue el escenario del primer Viernes DEC del 2020, el único en formato presencial de todo el año. El tema central giró alrededor de construir una identidad única a través de la estrategia de la Experiencia de Cliente.

Patricia Serrano - “Conseguimos detectar cómo la Experiencia de Empleado impactaba en la de Cliente, obteniendo nuevos insights”.

Manuel Sancho - “Nuestro reto es ser fieles a la marca en cada una de las interacciones con el cliente. Al final, todo se reduce a sentirse querido”.

María Benito - “La decisión de compra en este tipo de producto no es nada sencilla y se rige normalmente primero por la recomendación; por ello, invertimos mucho en nuestros expertos, para que asesoren perfectamente al cliente”.

Carlos Sánchez - “Estamos ante un Smart Buyer - persona que realiza la compra de forma inteligente, no fijándose solo en el dinero, sino en una relación calidad-precio excelente”.



 100 % online

 27 de marzo

 Modera: **Nacho Torre**, Responsable del Área de Conocimiento de DEC.
Myrka Borachok, Directora de Experiencia de Cliente en Transports Metropolitans de Barcelona.
Jesús Díaz García, Chief Customer Officer en GO Fit y Grupo Ingesport.
José Carlos Villalvilla, Responsable del Área de Experiencia del Socio de DEC.
Elisa López, Project Manager del Proyecto de Experiencia del Socio de DEC.
Claudia Di Rienzo, Country Manager de EasyVista.

Patrocinador

easyVISTA™

“Customer Journey, ¿creías haberlo visto todo?”

El segundo Viernes DEC del año, que ya se estaba organizando para celebrarse de forma presencial, tuvo que pasarse a formato online debido a la crisis del coronavirus. Se celebró el 27 de marzo, bajo un titular realmente premonitorio en ese momento “Customer Journey, ¿creías haberlo visto todo?”. Y, es que la Asociación DEC apostó en ese momento por seguir compartiendo conocimiento gracias a la oportunidad que nos otorga la tecnología.

Myrka Borachok - “Aplicar una buena metodología y herramientas son fundamentales para ir introduciendo, poco a poco, la disciplina de Experiencia de Cliente en una empresa”.

Jesús Díaz García - “La inversión en CX, no es un gasto, sino una de las mejores inversiones en las que se pueden destinar recursos”.

Claudia Di Rienzo - “La tecnología ayuda a medir y a cuantificar el ROI para justificar la inversión en CX”.

José Carlos Villalvilla - “Uno de los principales objetivos de DEC es trabajar para que los socios sean y estén siempre en el centro de todas las decisiones”.

Elisa López - “Cuando hablamos de Experiencia de Cliente, no queremos saber la nota, sino la historia que hay detrás de esa nota”.



 100 % online

 22 de mayo



Modera: **Nacho Torre**, Responsable del Área de Conocimiento de DEC.

David Gea Arrojo, Head of Customer Experience ING España.

Fernando Macho, Director de Informática e Innovación de UNIR.

Olivia Archanco, Responsable del Área de Clientes en LaLiga.

Adolfo Lozano, Solutions Consulting Senior Manager de Medallia.

Patrocinador Platino

Medallia

“Futuro o Realidad: El impacto de la Inteligencia Artificial en la CX”

El debate sobre el uso de la Inteligencia Artificial y el interés que suscita entre los profesionales es uno de los motivos por el que la Asociación DEC decidió tratar este tema en este último **Viernes DEC del 2020**.

David Gea Arrojo - “El análisis automatizado del lenguaje hace posible que la Voz del Cliente se pueda transmitir, de forma inmediata, de una manera sencilla”.

Fernando Macho - “Hoy en día se cuenta con cantidades ingentes de información que ofrece el mundo digital. Sin usar tecnología sería imposible determinar cuál es relevante”.

Olivia Archanco - “Es importante contar con una metodología como pilar y activar iniciativas concretas. Todo muy orientado al ROI, sin olvidar el ROE”.

Adolfo Lozano - “El futuro de la gestión de la Experiencia de Cliente pasa por el uso de la Inteligencia Artificial para generar ventaja competitiva e impacto financiero”.





3

Servicios DEC

II Edición de DEC Selección
Programa para el Desarrollo Profesional
en Experiencia de Cliente (NOVEDAD)
Certificación DEC

DEC Webinars
Workshops DEC (NOVEDAD)
DEC Solving
Bolsa de Empleo

Las mejores metodologías en Experiencia de Cliente avaladas por la Asociación DEC

En octubre de 2020 se comunicaron los ganadores de la II Edición de DEC Selección, continuando así con este proceso que comenzó en 2017 con la I Edición, por el que se evalúa, reconoce y divulga las mejores metodologías de Experiencia de Cliente del mercado que dan respuesta a una o varias "Íes" del framework la Onda del Cliente®.



DEC SELECCIÓN





Creación de nuevos servicios y
negocios, pensados desde el cliente



Guudjob Employee
Experience Framework



Employee Experience Strategy



Customer Lab: El cliente en el
centro de la toma de decisiones



CX Activate



Customer Harmonics



Emotional Interaction Design



Speech Analytics 3D Model: Data
Drives Decision



Programa para el Desarrollo Profesional en Experiencia de Cliente

En 2020 la Asociación lanzó el Programa DEC para el Desarrollo Profesional de la Experiencia de Cliente.

Este programa superior para directivos, ofrece contenidos exclusivos que solo imparte DEC de la mano de un profesorado experto que pone a disposición de los profesionales que lo cursen todas las herramientas y metodologías empleadas para la implantación de la Experiencia de Cliente en las organizaciones.

La formación, 100% online, es impartida por los mismos expertos en CX que colaboraron en el manual ‘La Experiencia de Cliente Rentable’ y donde se profundiza en las relaciones e interacciones que los clientes realizan con las empresas (a través de múltiples canales y servicios intangibles) y que marcan sus posteriores decisiones de compra y las de su entorno.

**Una visión 360º del CX
en solo 8 semanas**





Formato 100% online



Duración: 128 horas

Beneficios:

- Adquirir los conocimientos, habilidades y competencias necesarias para implementar de forma práctica estrategias y metodologías de Experiencia de Cliente en organizaciones de diferentes sectores e industrias.
- Preparación para el examen para obtener la Certificación Profesional en Experiencia de Cliente (incluido en el Programa).
- Acreditar conocimiento sobre Experiencia de Cliente.
- Pertenecer y colaborar en una comunidad activa de profesionales que desarrollan e impulsan la Experiencia de Cliente.
- Networking con profesionales de CX.

Certificación DEC



2 convocatorias online

+ 400 certificados

La Certificación Profesional en Experiencia de Cliente avalada y desarrollada por la Asociación DEC se ha consolidado como un sello de garantía que ofrece a los profesionales de CX un conocimiento teórico y práctico. Además, sirve como valor diferencial de cara a su desarrollo en esta disciplina, ofrecida por la primera y más relevante organización española sin ánimo de lucro que promueve la Experiencia de Cliente.

“Esta crisis va a ser recordada por lo que hagamos, pero también por lo que no hagamos”
Gonzalo Jiménez Cordero

Organizador:



 100 % online

 14 de mayo

3 horizontes para las marcas tras la cuarentena

Participantes:

Nanes Martínez-Arroyo, Directora de DEC

Ricardo Sánchez Díaz, Group Omnichannel Director en Grupo Día

Fuensanta López-Guillén, Directora de Calidad en Telefónica

Carlos Monserrate, Dir. de Desarrollo Comercial de Clientes Particulares de Bankia

Gonzalo Jiménez Cordero, Marketing Director EAA de Grupo Bimbo

El Webinar organizado por la Asociación DEC y Findasense desveló los 3 horizontes que se les plantean a las marcas tras la cuarentena de 2020.

David Espeso, Partner & Global Lead of Business Strategy y **Tiffany Soto Sáenz**, Global Lead of Consulting & Research de Findasense explicaron el Paper #0 COVID-19 “Escenarios y horizontes de futuro post-cuarentena en el consumo y la producción”, dando paso a la mesa de debate con el resto de expertos.

1. **Confinamiento y digitalización:** de mayo a septiembre de 2020. Un escenario de orden y control, definido como autoritarismo 2.0. Solo aquellas industrias y marcas que digitalicen sus canales de venta directa a consumidor podrán dar continuidad a su volumen de producción y oferta.
2. **Recuperación vs colapso:** de octubre 2020 a abril 2021. Representa el comienzo de la nueva era, dado que para entonces habríamos ganado certidumbre acerca de la viabilidad de crear una vacuna. Asistiríamos a una asimetría singular en la tendencia del consumo, pues este se contraerá dada la falta de liquidez provocada por los altos índices de desempleo.
3. **Capitalismo comunitario vs tribus excluyentes:** de mayo 2021 a 2025. En un horizonte muy positivo, a nivel macroeconómico y social, se desarrollarán tendencias hacia un capitalismo comunitario. Desde la perspectiva distópica, los países y sus sociedades se cierran como tribus, y se organizan divisionalmente por países, provocando monopolios y oligopolios.

 100 % online

 22 de septiembre

¿Pueden ser emocionales las empresas financieras?

Moderador: Roberto Megías, Director Comercial de Medallia

El webinar organizado por la Asociación DEC y Medallia, se desarrolló en forma de mesa redonda y contó con la participación de grandes marcas del sector financiero y de seguros.

Carlos Monserrate, Director de Desarrollo Comercial de Clientes Particulares de Bankia - "La felicidad del empleado influye en la del cliente".


Marta Fina, Directora de Experiencia de Cliente en CaixaBank - "La digitalización no abarca todos los aspectos posibles, el cliente necesita crear una relación de confianza para poder mostrar en qué puntos se encuentra y qué canales son los que más utiliza".

Ignacio Martín, Director de Experiencia y Calidad en Santander España - "Lo relevante es que, en comparación a la gran crisis de 2008, ahora la banca ha sido uno de los solucionadores de parte del problema, aunque todavía nos queda mucho".

Daniel Ordaz, Director de Experiencia Única de BBVA - "Las claves del éxito y el grado de 'esponsorización', definen las prioridades estratégicas que pueden cumplir con el propósito de los valores que nos definen como equipo".

Carmen Martínez, Directora de Experiencia de Cliente de Aegon - "Lo más importante para una Experiencia de Cliente es que esté implicada toda la organización y venga todo el apoyo desde el CEO".

Roberto Megías, Director Comercial de Medallia - "Esto no sólo va de tecnología, ni de metodologías, ni de procesos, sino de personas y un conjunto de acciones que involucran y complementan al resto".



"Si no interiorizamos las emociones de los consumidores dentro de la organización, se pierde una parte importantísima del potencial de los insights de nuestros clientes"
Roberto Megías

Organizador:

Medallia

 100 % online

 29 de septiembre

Experiencia de Cliente omnicanal

Moderador: Daniel Llavería, Head of Solutions Specialist at Sabio Spain

Este webinar, organizado por DEC y Sabio, con el patrocinio de Genesys se centró en cómo la omnicanalidad ha evolucionado en los últimos años dentro de la disciplina de la Experiencia de Cliente.

Daniel Llavería, Head of Solutions Specialist at Sabio Spain, junto con **Adriano de la Rubia**, Director Comercial Multicanal de Bankia – “La importancia radica en la imaginación para crear nuevos puntos de contacto, utilizando la información que disponemos sobre los clientes, sin perder el toque humano y la importancia de cuidar mucho este aspecto”.

Nemesio Fernández, Director Corporativo Multicanal de Bankia - “Por cada persona que acude a una oficina bancaria, hay 10 conexiones en la página de Internet”.

Óscar Sánchez Martínez, Responsable de Desarrollo de Contact Center y Canales Digitales de Securitas Direct España – “Hay que apostar por el análisis en la parte de procesos, pues aunque haya riesgo y fallo, con una acción fácil se puede solucionar y dar la vuelta”.

Noelia Romanillos, Sales Specialist Director Iberia, France & NA de Genesys - “Conversar es entender, conectar y personalizar, para comprender mejor y crear experiencias diferenciadoras, con el fin de llegar a los clientes”.

“El beneficio más importante es el conocimiento más amplio sobre cómo el cliente se relaciona con la compañía”

Óscar Sánchez Martínez

Organizador:

sabio

 100 % online

 20 de octubre

Adaptando tu programa CX a la crisis de la COVID-19

Moderadora: Marta Piedrafita, Spain Sales Director en Qualtrics

El 20 de octubre tuvo lugar el Webinar organizado por Qualtrics y DEC con la colaboración de Mahou San Miguel y Deloitte, donde expusieron los cambios que han puesto en marcha las empresas a raíz de la COVID-19 y señalaron la importancia de la flexibilidad y cercanía al cliente.

Marta Piedrafita, Spain Sales Director en Qualtrics – “En Qualtrics tenemos cuatro pilares fundamentales: empleado, cliente, marca y producto. Todos ellos interconectados”.

Nanes Martínez-Arroyo, Directora de la Asociación DEC – “Las organizaciones se han visto obligadas a adaptarse a la situación actual para que la Experiencia de Cliente no se vea afectada”.

Olivier Arnoux, EMEA South Director Solution Strategist de Experiencia de Cliente en Qualtrics – “El patrón común en las estrategias de las organizaciones para superar este periodo es: Reaccionar con agilidad, explorar las nuevas necesidades de nuestros clientes, reorientarse a un nuevo modelo de comportamiento y normalizar la nueva forma de trabajar”.

Jorge Matute, Gerente de Marketing y Experiencia de Cliente en Mahou San Miguel – “En Mahou San Miguel somos una empresa de personas, y un referente en conciliación, salud y felicidad”.

Raquel Pinillos, Directora en Deloitte Digital – “La escucha y la agilidad fueron clave para ser capaces de dar respuesta a las demandas e inquietudes de los hosteleros en esos momentos de crisis”.

“Es tan importante gestionar el entendimiento del consumidor final, como el canal intermediario, tanto para retail como para hostelería”
Raquel Pinillos

Organizador:

qualtrics^{XM}

 100 % online

 27 de octubre

La Experiencia de Cliente con Speech Analytics

Moderadora: Sandra Cortez, Account Sales Director de Verint

Este Webinar organizado por la Asociación DEC con la colaboración de Sabio se celebró con el patrocinio de Verint y trató sobre los beneficios de su herramienta, Speech Analytics, en la gestión de la Experiencia de Cliente.

Ana Puente, Head of Consulting Services at Sabio Spain - "Nuestra principal función en Sabio es medir la Experiencia de Cliente a través de las interacciones que estos mantienen con nuestros agentes".

Juan Manuel Montero, Team Leader Desarrollo y Fidelización Cartera Microempresas en Vodafone – "Esperamos poder trabajar de forma diferente, empezando a escuchar a los clientes para poder estructurar hacia dónde queremos llegar, basándonos en los pilares de Tranquilidad, Cercanía, Confianza y Asesoramiento".

Carmen Fernández, Specialist Coordinación Proyectos de Mejora NPS/FOC en Vodafone – "El fin, con la implantación de Speech Analytics en Vodafone, era poder extraer la información medible de las llamadas relacionadas con la toma de decisiones, o para saber en qué aspecto debíamos mejorar".

"El mercado pide cada vez más productos y formas de comunicación en formato digital"
Juan Manuel Montero

Organizador:

sabio

 100 % online

 11 de diciembre

Desafíos CX para 2021 en los Contact Centers

Moderador: Gabriel Rodríguez, Sales Manager en Sabio España

En este Webinar organizado por la Asociación DEC y Avaya con la colaboración de Sabio se habló de la evolución en la relación con los clientes, la importancia de la tecnología para ofrecer una buena calidad de servicio y sobre cómo es la experiencia digital con las soluciones de Avaya.

José Luis Martín, Chief Information Officer en Legálitas – “El teletrabajo no ha provocado que la calidad del servicio se haya visto mermada, sino todo lo contrario”.

Alberto Vielba, Director Adjunto en Madison BPO Contact Center – “El principal reto de esta situación ha sido proteger la seguridad de la información”.

Sandra Gibert, Directora General en Unisono – “El bienestar de los empleados, ha tenido como principal ventaja que se esté dando un mejor servicio a los clientes”.

Miguel Pascual, Sales Account Director Avaya España – “Hay un peso importantísimo en las tecnologías de autoservicio y en los portales de voz para enganchar al cliente”.

“La digitalización supone hablar el lenguaje del cliente utilizando la tecnología para estar más cerca de él”
José Luis Martín

Organizador:

AVAYA

En colaboración con

sabio

DEC retomó durante 2020 los Workshops con un formato totalmente renovado, talleres de dos horas en los que pequeños grupos trabajan con metodologías o herramientas con las que reforzar o actualizar los conocimientos sobre CX.



1. WORKSHOP de KPMG: Principales retos de las organizaciones para el desarrollo de una Experiencia de Cliente excelente

Hoy para las empresas es de capital importancia, conocer qué palancas o principios del diseño están marcando la diferencia. En esta ocasión la consultora encargada de impartir el taller fue KPMG que compartió en exclusiva los primeros resultados sobre el estudio realizado a nivel mundial sobre las compañías líderes en Experiencia de Cliente, en donde ha participado España (Customer Experience Excellence Report 2020).

Metodologías y herramientas empleadas

- Metodologías inmersivas basadas en la co-participación:

- Encuestas en tiempo real (autodiagnóstico de la experiencia).
- Generación de conceptos/ ideas para el desarrollo de los pilares de la experiencia.
- Priorización.



2. WORKSHOP de IZO: Diseño de Momentos WOW

La temática central del Workshop de IZO trató sobre “cómo generar momentos WOW para los Socios DEC” a lo largo de los distintos puntos de interacción con la Asociación. El objetivo era desarrollar una batería de ideas que permitan rediseñar estas experiencias a partir de lo que los mismos socios quieren, co-creando de primera mano con ellos, que son los verdaderos protagonistas de DEC. Además, otra de las metas fue la de trabajar con metodologías CX para generación de ideas y brainstorming basadas en Design thinking.

Metodologías y herramientas empleadas

- Zoom como herramienta de videoconferencia y trabajo por grupos de manera online.
- Mural como herramienta para facilitar la co-creación y actividades de design thinking en remoto.
- Mentimeter como herramienta para generar opiniones, votaciones y dinámicas grupales en remoto.



 **Organizador: YPF**

 **29 de julio**

El impacto de la pandemia en los hábitos de los consumidores

El 29 de julio de 2020, DEC celebró junto a YPF el primer DEC Solving en formato online titulado **“El impacto de la pandemia en los hábitos de los consumidores”**, en el que un grupo reducido de expertos debatieron y compartieron mejores prácticas sobre este tema.

Participantes:

- | | |
|---------------------------|---------------------------------------|
| - Cristina Miglio (YPF) | - Carolina Naftal (YPF) |
| - Pablo Comparini (YPF) | - Carlos Monserrate (Bankia) |
| - Maite de la Arena (YPF) | - Josu Madariaga (Eroski) |
| - Ramiro Ferrari (YPF) | - Juan Peón (EDP) |
| | - Alejandro Ginerés Marín (Grupo ASV) |

Principales conclusiones:

- La COVID-19 revela la importancia de ser ágiles y flexibles para poder dar respuesta a las necesidades del cliente. Demuestra que los largos procesos de decisión muchas veces no son eficientes y que es posible poner en marcha los proyectos con éxito en plazos más reducidos.
- El cliente se ha transformado digitalmente. No se trata de un cambio coyuntural. Si el cliente ha recibido un buen servicio a través del canal digital, lo seguirá demandando una vez hayamos superado la pandemia.
- Se rompen paradigmas como las barreras para la digitalización de determinados arquetipos (seniors).
- El cliente va a exigir la preservación de su seguridad y que se le informe de las medidas que emprende para ello.
- El teletrabajo viene para quedarse.
- El cliente actual es un cliente preocupado e inestable, lo que provoca que también sea más infiel. Por ello, la Experiencia de Cliente se convierte en pieza clave para lograr su vinculación.



Bolsa de Empleo CX

Durante todo el 2020, en DEC hemos seguido conectando a los mejores profesionales en Experiencia de Cliente con las mejores empresas en el sector a través de la Bolsa de Empleo CX.

Este servicio permite a las compañías en busca de nuevos talentos en Experiencia de Cliente, publicar ofertas de trabajo para que los profesionales de esta disciplina puedan acceder a las mejores oportunidades laborales en Customer Experience.

La Bolsa de Empleo CX es un servicio solo para socios y certificados DEC.



4

Publicaciones

Onda del Empleado (NOVEDAD)
Manual DEC
Informe DEC – BAIN & COMPANY

Revista DEC: The Journey by DEC
Fichas técnicas



José Serrano - "Debemos centrar nuestra atención en las necesidades del empleado, escucharle para aumentar su vinculación con la compañía".

José Luis Pascual - "En la fase de Enfoque es clave entender la EX y definir el posicionamiento de la compañía en el modelo de relación con el empleado".



M^a Dolores Méndez Aparicio - "La Extensión es uno de los pilares más intuitivos, ya que está basado en la comunicación, una característica inherente en el ser humano".

David Barroeta - "La Excelencia se consigue mediante una cultura orientada al desempeño".

Álvaro Vázquez - "El Entusiasmo, un sentimiento fundamental para comunicar, tiene su importancia tanto en el qué se hace como en el cómo se hace".

Nuevo framework desarrollado por DEC para impulsar la Experiencia de Empleado

📍 Online

👤 Modera: **Jesús Alcoba**, Director de La Salle IGS.

- **Mario Taguas**, Director de Clientes en Mutua Madrileña y Videpresidente de DEC.
- **José Serrano**, CEO de IZO España.
- **José Luis Pascual**, Socio Director de Experiencia de Empleado en Lukkap.
- **Mª Dolores Méndez Aparicio**, Gerente de Aplicaciones en Mutua Madrileña.
- **Álvaro Vázquez Losada**, Director de Gestión de Personas en Securitas Direct.
- **David Barroeta**, Director de Personas en Opticalia.

Participantes en la Mesa Redonda:

- Moderador: **Jesús Alcoba**, Director de La Salle IGS.
- **Jorge Vidri**, Cofundador de Pompeii.
- **Joaquín Rodríguez Blanco**, Marketing de RR.HH. en Cepsa.

Presentación de la nueva Onda del Empleado

La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente desarrolló durante el 2020 y presentó, en un nuevo evento virtual el 1 de diciembre, el framework la Onda del Empleado®, un marco de trabajo para guiar y ayudar a las organizaciones y profesionales a comprender todos los caminos que deben recorrer en el desarrollo de la Experiencia del Empleado.

Durante el evento de presentación, los ponentes explicaron cada una de las “Es” de las que se compone el framework y a continuación tuvo lugar una interesante mesa redonda donde se reflexionó sobre esta disciplina.

Patrocinador



La experiencia de cliente rentable Manual para directivos y profesionales

El Manual “La experiencia de cliente rentable” es el libro por excelencia de la Experiencia de Cliente en España. Editado por la Asociación DEC es, por tanto, una lectura esencial para todos aquellos profesionales que quieran impulsar esta disciplina en su organización.

Estructurado según el framework la Onda del Cliente®, aporta teoría y herramientas que permiten afrontar el reto de transformar una compañía bajo una estrategia de Customer Centricity.

Este manual sirve como materia de examen para todos los candidatos que quieran obtener la Certificación Profesional en Experiencia de Cliente de DEC y como temario del Programa DEC para el Desarrollo Profesional de la Experiencia de Cliente.

Libro coordinado por:

- Sara Amores Gracia.
- Sofía Medem de la Torriente.
- M^a Jesús Martín Gómez.
- Elena Martín Nieto.

Puedes adquirir el libro en **amazon**

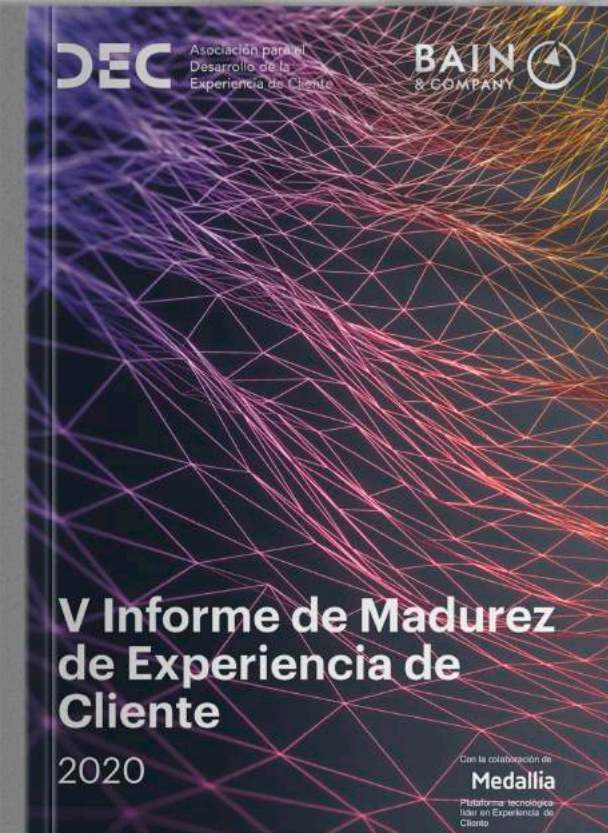


V Informe de Estado de Madurez de la Experiencia de Cliente en España

La Asociación DEC junto con Bain & Company, han desarrollado el “V Informe de Estado de Madurez de la Experiencia de Cliente en España” realizado a partir de la opinión de 20.000 encuestados y directores de CX de 150 empresas de 15 sectores diferentes. El estudio, en el que también ha colaborado Medallia, presenta cuáles son los sectores que generan mejor y peor Experiencia de Cliente desde dos perspectivas, la de los clientes, a través del índice NPS (Net Promoter Score, creado por BAIN & Company) y la de las propias empresas, a través del IDEC (Índice de Desarrollo de la Experiencia de Cliente, creado por DEC).

Participantes:

- Jorge Martínez-Arroyo, Presidente de DEC
- Santiago Casanova, Socio Servicios Financieros en Bain & Company
- André Carvalho, Socio Bienes de Consumo en Bain & Company



V Informe de Estado de Madurez de la Experiencia de Cliente en España

Principales conclusiones del informe:

- El NPS total de España es de un 5%, bastante similar entre diferentes rangos de edad, excepto la generación Z, que se muestra como la más crítica.
- Automoción, Hotelería e Informática/Electrónica son los sectores que generan mejor Experiencia al Cliente.
- ING Direct (56%), Toyota (50%) y Paradores Nacionales (47%) son las 3 empresas con mejor NPS de todos los sectores.
- Los factores de Precio y Producto/Servicio son los más importantes a la hora de elegir una marca; los factores emocionales entran en el Top 3 de más importantes solo en el sector de Energía y Formación.
- La Superación de Expectativas de un producto o servicio es lo que más influye en la Experiencia de Cliente, siendo éstas las variables más correlacionadas.
- La puntuación del Vínculo Emocional es en general baja en todos los sectores, con Formación, Automoción y Hotelería siendo las mejor puntuadas.
- El Atributo de Reputación tiene en general una puntuación favorable; se aprecia un NPS más alto en los sectores donde su valoración es mejor.
- Al atributo de Confianza se le considera alto en promedio, siendo uno de los que más impacto tienen en la recomendación. Los sectores mejor evaluados son Automoción, Hotelería, Informática/Electrónica.
- La experiencia en canales digitales no parece tener aún gran influencia en la Experiencia de Cliente pero sí el hecho de que esa experiencia sea omni-canal, con una integración simple y eficaz entre los distintos canales.
- Los Directivos de Experiencia de Cliente manifiestan que aún hay recorrido de mejora en cuanto a implicación de empleados e implantación de actuación y mejora continua.
- Se demuestra que las empresas que han puesto más foco y esfuerzos en la mejora de la Experiencia de Cliente son las mejor valoradas por sus clientes.



Con la colaboración de:

Medallia

The Journey by DEC

The Journey by DEC es la primera revista española dedicada a la Experiencia de Cliente y una forma muy práctica de estar al día tanto de los avances y tendencias en esta disciplina, como de todas las actividades que se llevan a cabo desde la Asociación DEC a través de artículos de expertos, reportajes, entrevistas y casos de éxito que cuentan con una gran acogida por parte de los lectores.

Durante el 2020 se publicaron dos números de la revista, en mayo y en noviembre. El número de mayo fue un especial sobre el coronavirus, donde a través de distintos artículos e informes se mostró cómo la pandemia estaba impactando en la Experiencia de Cliente. La revista de noviembre contó con entrevistas a Fernando Prieto, CEO de HomeServe y, a Lupina Iturriaga, Fundadora y Co-CEO de Fintonic; e interesantes artículos de las compañías con las mejores prácticas en Experiencia de Cliente.



Más de **8.000** altos directivos nos han leído durante este año

Fichas técnicas

Una vez concluidos los Viernes DEC y otros encuentros, la Asociación DEC elabora unas fichas técnicas donde se recogen las principales conclusiones de cada evento. Unos documentos en los que se pueden encontrar las claves aportadas por los expertos en las ponencias de cada una de las jornadas.



Construir una Identidad Única a través de la estrategia de CX



Customer Journey, ¿creías haberlo visto todo?



Futuro o Realidad: El impacto de la Inteligencia Artificial en la CX



El impacto de la pandemia en los hábitos de los consumidores



5

Comunicación

Prensa
Newsletter

Página Web DEC
Redes Sociales



Expansión

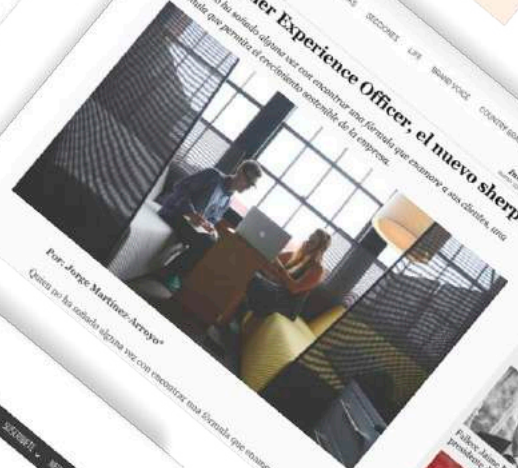
TITULARES

La Asociación Española para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente desembarca en Chile



Forbes

Customer Experience Officer, el nuevo sherpa



Emprendedores

Marketing de experiencias: 18 experiencias que enamoran a tu cliente



IPMARK

Nanes Martínez-Arroyo: "Conviértamos un hito memorable"

La voz de la Empresa

La Asociación DEC reúne a los mayores especialistas en Experiencia de Cliente

El pasado 2020, ha sido, sin duda, el año en el que la Experiencia de Cliente ha estado más presente que nunca. Desde la Asociación DEC hemos participado en varios foros de debate, nos han hecho 12 entrevistas y han hablado de nosotros, entre otros, todos estos medios:

Expansión

CincoDías

LA iNFORMACIóN

radio
intereconomía

EFE

europa press

Forbes

IPMARK

Emprendedores

217 apariciones en medios >> +7 % que en 2019

1.355.836 € de valoración

Newsletter

Más de **1.800** suscriptores.

Cada vez son más los profesionales que reciben mensualmente en su bandeja de entrada las últimas novedades, próximos eventos y todos los beneficios que ofrece la Asociación DEC.





A través de la página web de la Asociación, se permite a los socios, seguidores y profesionales interesados en Experiencia de Cliente, acceder a todas las novedades, actividades, eventos y publicaciones que realiza DEC.

Más de **251.921** visitas a
páginas durante 2020

+ 15,71 % que en 2019

Redes Sociales

La Asociación DEC comparte diariamente contenido propio además de otras noticias y artículos externos relevantes a través de sus redes sociales. Los perfiles sociales de DEC son el canal de comunicación más directo e inmediato con los profesionales de la Experiencia de Cliente y seguidores de esta disciplina.

En 2020 las publicaciones que compartimos generaron

1.177.565
impresiones.

+ 1,4 % que en 2019



in

f



6

Nosotros

Gobierno
Áreas DEC
Propuesta de Valor DEC

DEC LATAM
Propuesta de valor DEC
DEC is Digital

DEC se rige por los principios democráticos que caracterizan a las asociaciones. Su máximo órgano de gobierno es la Asamblea, integrada por todos los asociados, que delega la representación, administración y gestión en la Junta Directiva.

Este órgano, responsable de la gestión y administración de la Asociación, está compuesto por representantes de empresas y sectores muy diversos, y sus miembros contribuyen desinteresadamente al impulso de todas las iniciativas y objetivos de DEC.

JUNTA DIRECTIVA



Presidente

Jorge Martínez-Arroyo



Vicepresidente

Área de Informes

Mario Taguas

MUTUA MADRILEÑA



Vicepresidenta

Área de MKT & Comunicación

Patricia Jiménez

METLIFE



Secretario

Área de RRHH y Finanzas

Ramón Gurriarán

EOI BUSINESS SCHOOL



Área de
Desarrollo de Negocio

José Serrano

IZO



Área de
Digital e Innovación

Laura Gonzalvo

SECURITAS DIRECT



Área de
Conocimiento

Nacho Torre

IBERCAJA



Área de
Experiencia del Socio

José Carlos Villalvilla

IBERDROLA

El trabajo de la Asociación está distribuido en siete áreas, cada una de ellas con unas funciones concretas.

Área de Conocimiento

Desarrolla el aprendizaje de los socios en temas relacionados con la Experiencia de Cliente gracias al entorno colaborativo que cultiva la Asociación y a las diferentes actividades que lleva a cabo:

- Viernes DEC.
- Selección de ponentes para el Congreso.
- Selección de expertos para otros eventos.
- Formación (In Company – E-Learning).



Área de Desarrollo de Negocio

Desarrolla y garantiza el cumplimiento de un plan estratégico comercial orientado a la búsqueda de nuevas oportunidades de crecimiento para la Asociación DEC y la Experiencia de Cliente.

LATAM. Impulsa el desarrollo de la Asociación en diferentes mercados afines en Latinoamérica.

SOCIOS. Desarrollo de nuevas actividades que aporten valor a los socios y que impulsen la captación de nuevos miembros.



Área de Innovación y Digital

Facilita e impulsa la digitalización de la Asociación DEC a nivel interno, para un mejor servicio a los socios, y externo, para desarrollar y fomentar iniciativas del mundo digital ligadas a la mejora de la Experiencia de Cliente.

- Posicionamiento Web.
- Informe sobre Digitalización y CX en España.
- RRSS.
- CRM.



Área de Experiencia del Socio

Esta área se responsabiliza del desarrollo y gestión de la Experiencia del Socio.

- Comprender en profundidad la Experiencia del Socio 360° (Customer Journey del socio)
- Desarrollo de acciones para la mejora de la Experiencia del Socio.
- Programa VoC.
- KPIs de seguimiento para medir el ROI de la Experiencia del Socio para DEC.
- Propuesta de valor basada en los atributos que resultan de mayor impacto para los socios dentro de las fortalezas de DEC.
- Desarrollar e implantar una cultura de Experiencia de Cliente internamente en todos los niveles de la Asociación.



Área de Informes

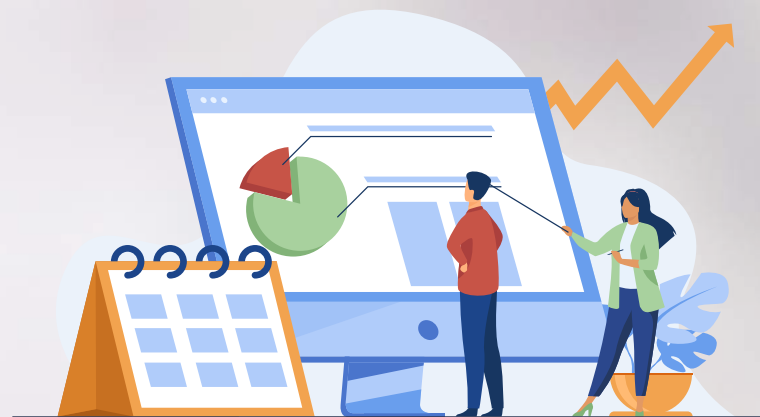
El Área de Informes trabaja en el desarrollo de diferentes informes en colaboración con importantes instituciones que los convierten en referencia del mercado CX.

- Informe Bianual de Madurez de CX en España (cobranded con BAIN)
- Informe Bianual sobre la Operativización de la CX (cobranded con DELOITTE)
- Informe Bianual sobre la Experiencia de Cliente B2B (cobranded con DELOITTE)
- Informe de Experiencia de Empleado (cobranded con BAIN)



Área de RRHH y Finanzas

Se encarga de garantizar una correcta gestión económica-financiera de la Asociación DEC, así como jurídica y legal en todos los ámbitos bajo la creación y desarrollo de procedimientos de gestión y control financiero.



Área de Marketing y Comunicación

Define, desarrolla y gestiona el plan de marketing y comunicación de la Asociación alineado con la estrategia de la misma y su posicionamiento de marca. También, se responsabiliza de la medición sobre el resultado de las acciones de RRSS, la página web, la revista The Journey by DEC y los principales eventos de la Asociación, tales como Premios y Congreso DEC.



Chile

Constituida como la primera Asociación DEC en Latinoamérica y siendo el primer país en apostar por nuestro modelo, DEC Chile comenzó su actividad durante el pasado 2020 con el objetivo de impulsar y promover el desarrollo de la Experiencia de Cliente en este país y convertirse en referente local de esta disciplina.

Desde su lanzamiento DEC Chile ya ha organizado:

5 Webinars

4 Viernes DEC

2 DEC Solving

1 Informe: Índice de madurez de CX en Chile

LATAM



Propuesta de valor DEC

DEC es una asociación plural, multidisciplinar, abierta a todos los sectores de la economía y volúmenes de negocio. La propuesta de valor de la Asociación DEC se centra en ofrecer a los profesionales y compañías que la integran una serie de beneficios sobre los que giran todas y cada una de las acciones que se realizan, con el objetivo de dar impulso a las actividades de CX de nuestros socios y que participemos juntos de la evolución de la Experiencia de Cliente.



NETWORKING

Eventos
Comunidad CX



CONOCIMIENTO CX

Congreso DEC
Informes



RECONOCIMIENTO

Premios DEC
DEC Selección



ASESORAMIENTO

DEC Solving
Workshops



FORMACIÓN

Programa DEC
Cursos CX



CARRERA PROFESIONAL

Certificación DEC
Bolsa de Empleo

DEC IS DIGITAL

Porque la capacidad de adaptación es, ahora más que nunca, una virtud y una necesidad, en la Asociación DEC, no podíamos quedarnos atrás. Durante el 2020 hemos adaptado y transformado toda nuestra propuesta de valor a formato digital, para que disfrutes de todas las ventajas que DEC te ofrece, desde donde quieras.



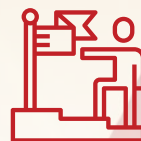
Agradecimientos

En este año tan complicado, DEC no puede terminar este resumen de 2020 sin mostrar su más sincero agradecimiento a todas las empresas que han ayudado en la organización de eventos, intercambiando conocimiento y compartiendo las mejores prácticas en Experiencia de Cliente.





**Foco en desarrollo y
evangelización de Experiencia
de Empleado**



**Nuevas iniciativas para la
mejora de la Experiencia
del Socio**

DEC IS DIGITAL

**Seguir impulsando la
transformación digital de DEC**



**Cómo abordar etapa
post Covid**



Consolidar DEC Chile



**Reforzar el Programa para
el Desarrollo Profesional en
Experiencia de Cliente**

TECH HUB

**Impulsar y afianzar el
CX Tech Hub**

