GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Business Experience: la marca en la era de las experiencias

Comunicados | 25/03/2022 | 00:00

La agencia de branding Comuniza organiza el primer evento online de presentación de Business Experience, un nuevo enfoque para entender las organizaciones

/COMUNICAE/

La agencia de branding Comuniza organiza el primer evento online de presentación de Business Experience, un nuevo enfoque para entender las organizaciones

La agencia de branding Comuniza ha organizado el primer evento online de presentación sobre Business Experience. Más de 300 personas han asistido de forma virtual al encuentro en el que se ha abordado en detalle el concepto de Business Experience: un nuevo modo de enfoque para entender las organizaciones que ya aplican en los proyectos de Comuniza. La jornada ha contado con la presencia de cinco profesionales del sector de la experiencia que han aportado su visión sobre el nuevo horizonte. Se han abordado los retos de las empresas en clave de negocio, innovación y transformación corporativa.

Durante la jornada se ha tratado en profundidad el concepto de Business Experience, así como la forma de aplicarlo en las organizaciones. Además, se ha ilustrado con algunos casos de éxito de empresas que trabajan con esta mirada. Este nuevo modelo está basado en tres elementos clave: el negocio, la experiencia y la marca. La nueva mirada del branding pretende que estos tres términos no sean entendidos de forma aislada, sino como un todo experiencial.

El evento ha contado con la asistencia de los socios-directores de Comuniza, Olga Llopis y Javier Velilla, quienes han explicado en detalle en qué consiste el nuevo modelo de Business Experience, su importancia y su aplicación en todas las áreas de trabajo. Todo ello ilustrado con ejemplos y metodologías de trabajo.

Olga Llopis ha destacado que Business Experience implica “más potencia comercial, más alineación interna, más claridad en los procesos, más agilidad cultural, pero, sobre todo: más transformación y más profunda”. A ello, Javier Velilla ha puesto el foco en que “las organizaciones orientadas a la experiencia son más distintivas y relevantes. Distintivas frente a la competencia y relevantes en la toma de decisiones”.

La jornada ha contado con la participación de parte del equipo de Comuniza. El Director de Innovación, Xavi Puig ha inaugurado el evento y ha sido el hilo conductor de toda la jornada, recapitulando las ideas clave de cada bloque temático. Por otro lado, la Consultora de Marca, Moitaz Alvariño, mediante una presentación ha expuesto los principales casos de éxito de empresas que trabajan desde la mirada del Business Experience. Por su parte, el Consultor de Marca, Ricardo Domingo ha sido el encargado de moderar la mesa redonda con los ponentes invitados al evento.

La mesa redonda ha estado formada por cinco profesionales del mundo de la experiencia. Los expertos invitados han sido la Directora de Gestión de Procesos en el Área de Tecnología en la UOC, Eva Patrícia Gil, el Global Head of People en Multiplica, Ignacio Hörmann, la Lead Usear Researcher en N26, Mireia Rosset, la Strategy and Transformation Director en CTTI, Mònica Zapata y el Director de UX en Adevinta Spain, Víctor Solà.

Los expertos han abordado diferentes ideas en sus ponencias respecto al tema de la experiencia: desde el propio concepto de la experiencia, la relación de esta con la marca y el negocio, la importancia de los procesos organizativos y la prospectiva y retos a futuro de la misma.

Algunas de las ideas principales que se extraen de esta jornada es que la experiencia, sin duda, ha evolucionado y ha ganado relevancia en la gestión de las organizaciones. Los usuarios cada vez más buscan vivir experiencias en sus relaciones con las marcas y es algo que debe priorizarse.

Por otro lado, se ha puesto el foco en la importancia de la investigación y en las métricas que deben utilizarse para medir la experiencia y la satisfacción, no solo del cliente, sino también de los usuarios.

Una de las ideas fuerza que se han recogido en las ponencias es la importancia de la implicación y coordinación de todos los departamentos de las organizaciones para conseguir generar experiencias relevantes y, sobre todo, coherentes. Se ha puesto el foco en la importancia de que la experiencia interna y externa de la empresa debe trabajar de forma conjunta.

De este evento digital se ha extraído la conclusión de que las marcas, cada vez más, deben apostar por la experiencia y que la aplicación de la mirada del Business Experience permite alinear las organizaciones e impulsar los negocios.

Fuente Comunicae

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/comunicado/170272-business-experience-la-marca-en-la-era-de-las-experiencias.htm