

La Asociación DEC lanza un concurso para seleccionar las mejores soluciones en experiencia de cliente

La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) ha lanzado un concurso para seleccionar las mejores soluciones de valoración y mejora de esta disciplina en las empresas

El objetivo de DEC con esta nueva iniciativa es identificar aquellas herramientas de experiencia de cliente (técnicamente CXTools, Customer Experience Tools) aplicables y con resultados contrastados. Podrán participar en el concurso compañías consultoras, de investigación de mercado, de tecnología, agencias de referencia, etc., que cuenten con herramientas útiles y demostradas.

Las soluciones que se presenten deberán ser capaces de resolver problemáticas concretas en la relación de la empresa con sus clientes, ser fáciles de entender y aplicar, aportar mejoras sustanciales o demostrar sus resultados de manera tangible.

Beneficios para las empresas

Las empresas ganadoras obtendrán el sello identificativo DEC Selección, que garantiza la calidad de sus aplicaciones y herramientas para valorar la experiencia de cliente. Este aval de DEC supone un medio de acreditación gracias a la objetividad y criterio que aporta la asociación. Además, gozarán de difusión en las acciones y canales de comunicación que irán asociados a DEC Selección (web corporativa de DEC, redes sociales, canal específico en YouTube, publicaciones en blogs y newsletters, la web de contenidos Impulsando Experiencias, etc.).

Por otra parte, también podrán beneficiarse de otras actividades de la Asociación DEC, como la realización de un Workshop DEC donde se trabaje con una de sus CXTools o la presentación de la misma en un Viernes DEC, evento presencial organizado por DEC donde se trata un tema específico de la Experiencia de Cliente y que cuenta con una asistencia media de cien directivos y profesionales del sector.

Requisitos y presentación

Las herramientas candidatas deberán dar respuesta a alguno de los puntos contenidos en 'La onda del Cliente'®, el marco de trabajo desarrollado por la Asociación, que establece cinco 'ies' o palancas para el desarrollo de la Experiencia de Cliente: identidad única, impulso organizativo, implicación de personas, interacciones e interpretación y acción.

Las empresas interesadas en participar en esta iniciativa para conseguir el sello de DEC Selección, pueden registrarse en decseleccion.asociaciondec.org, o bien enviar un correo electrónico con las herramientas que deseen presentar a decseleccion@asociaciondec.org antes del 20 de abril.

Sobre DEC

Impulsada por empresas que ponen su foco en el cliente y profesionales que desarrollan el área de Experiencia de Cliente en algunas de las más destacadas marcas españolas e internacionales, DEC es la primera organización profesional sin ánimo de lucro que promueve el desarrollo e implementación de las mejores prácticas y la búsqueda de la excelencia en la Experiencia de Cliente.

La Asociación DEC las componen más de cien grandes marcas impulsoras de la experiencia de cliente, entre las que están: Aena Aeropuertos, Alsa, Altadis, Asisa, Banco Santander, Caixabank, Cetelem, Cigna, Coca-Cola, Correos, Endesa, E-on / Viesgo, EOI, Everis, Gas Natural Fenosa, Grass Roots, IATA, Iberia, Laboral Kutxa, Mapfre, Mercedes Benz, MdS, MetLife, Microsoft, Mutua Madrileña, Opticalia, Parques Reunidos, Salesforce, SAP, Segurcaixa Adeslas, SEUR, Telefónica y The Boston Consulting Group.

Datos de contacto:

Javier Rosell
678971661

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>