

Customer Experience Conference

Mapping Uncharted Lands

Τρίτη 5 Νοεμβρίου, Ξενοδοχείο Athens Grand Hyatt

09.00-09.30 Προσέλευση-Εγγραφές-Καφές
09.30-10.00 Χαιρετισμοί-Εισαγωγή στο Συνέδριο

10.00-11.30 **Ενότητα 1: Μιλώντας στην καρδιά του πελάτη**
Η πρώτη ενότητα του συνεδρίου είναι αφιερωμένη στις κοινωνικές και πολιτισμικές τάσεις που επηρεάζουν τις προσδοκίες του γύρω από την εμπειρία που του παρέχουν οι οργανισμοί, αλλά και στο πώς η δημιουργικότητα και αυθεντικότητα δημιουργούν τη βάση για τη διαμόρφωση βέλτιστης εμπειρίας πελάτη.

Building CX on the basis of authenticity

— **Sean Pilot de Chenecey**, Innovation & Insights Expert-Author of the best seller “The Post-Truth Business”

In a perfumer’s mind: How intuition drives CX, in the digital era

— **Gaurav Saini**, Senior Perfumer, Procter & Gamble

11.30-12.00 **Διάλειμμα για καφέ**

12.00-14.15 **Ενότητα 2: Αριθμοί & Ποσοτικά Δεδομένα στην CX στρατηγική**
Η δεύτερη ενότητα του συνεδρίου εστιάζει στη δημιουργία μιας πραγματικά πελατοκεντρικής στρατηγικής μέσω αλλαγών στο επιχειρησιακό μοντέλο ενός οργανισμού, στη συσχέτιση ανάμεσα στο CX και τον ψηφιακή μετασχηματισμό, στον ρόλο των data insights στη διαμόρφωση CX στρατηγικής και στα CX metrics στα οποία πρέπει να δίνουν έμφαση οι οργανισμοί

“Μύθοι και αλήθειες γύρω από τα CX metrics”

— **Οδυσσέας Τρικαλιώτης**, Chief Research Officer Customer Experience & Mystery Shopping, Ipsos

Do it like Virgin: An airlines CX case study

— **Matt Webster**, Senior Customer Experience Manager, Virgin Atlantic Airways

Συζήτηση
πάνελ

Επαναπροσδιορίζοντας την πελατοκεντρικότητα στην επιχειρησιακή στρατηγική

Ανοιχτός διάλογος ανάμεσα σε διακεκριμένα στελέχη της ελληνικής αγοράς σχετικά με την τοποθέτηση του Customer Experience στις οργανωτικές δομές, τη συσχέτισή του με τον ψηφιακό μετασχηματισμό, τη θέσπιση σχετικών KPIs και τις προβλέψεις τους για το πώς μεταβάλλονται οι προσδοκίες των ελλήνων καταναλωτών

14.15-15.15 **Ελαφρύ Γεύμα**

15.15-16.15 **Ενότητα 3: Το CX μέσα από διαφορετικά πρίσματα θεώρησης**
Η τρίτη ενότητα του συνεδρίου εξετάζει τις εφαρμογές CX στρατηγικής σε εξειδικευμένες περιπτώσεις κοινών-στόχων, αλλά και τη σύνδεση της εμπειρίας πελάτη με την εμπειρία εργαζόμενου και την κανονιστική συμμόρφωση

“Ελα στη θέση του”: Γιατί η εμπειρία ασθενή αποτελεί paradigm shift για το CX

— **Γιώργος Παπαδόπουλος**, Επικεφαλής τμήματος Customer Solutions, Novartis



16.30-18.00

Ενότητα 4: Mapping uncharted lands ή πώς να ξανασχεδιάσετε το Customer Journey

Η τελευταία ενότητα του συνεδρίου είναι αφιερωμένη στο customer journey και το πώς αυτό εξελίσσεται σε emotional journey, αλλά και το πώς η μεθοδολογία του DesignOps επαναπροσδιορίζει την επιχειρησιακή στρατηγική

DesignOps as a CX transformation tool

— **Silke Bochat**, Strategic Design Executive FMCG, Former Head of Design, PepsiCo Eastern Europe

The transformation of Customer Journey

Tomas Potmesil, Director, KPMG Czech Republic

18.00

Κλείσιμο Συνεδρίου