



## Referencia en Customer Experience, Experiential Marketing y Emotional Management

Insights Feed. Mayo 2014

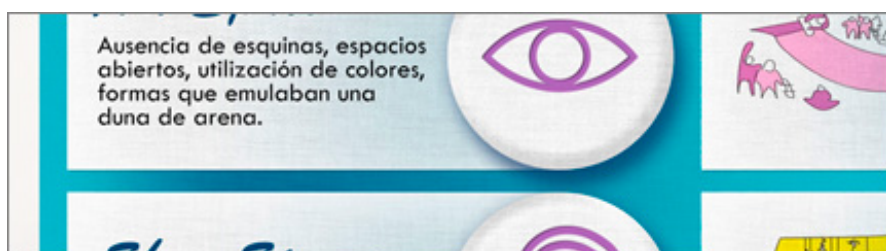
### El 'Customer Experience Management', protagonista de los programas formativos



Hoy en día, se apuesta por programas punteros e innovadores para la formación de directivos. En los últimos años, son las propias empresas las que buscan este enfoque dejando al *Customer Experience Management* en el punto de mira de todos aquellos que buscan la diferenciación y apuestan por el liderazgo. Una vez más, EMO Insights preside el [Programa Superior de Customer Experience Management](#) que dio comienzo el 25 de abril en el ESIC-ICEMD y el [Programa de Tourism Experience Management](#) que comienza el 9 de mayo en el ESCOEX

Compartir  

### Innovación emocional: las experiencias dirigen la estrategia de un centro comercial



La diferenciación basada en experiencias se puede aplicar a cualquier sector, y así se demostró en el caso que brevemente aportamos en esta ocasión. Más de 5000 m2 de superficie comercial que había quedado vacía de contenido por la ausencia de inquilinos. ¿Por qué un centro comercial solo puede obtener rentas de forma tradicional a través de establecimientos comerciales concretos? En este caso, nuestra propuesta fue que el centro se convirtiera en el director de su propia experiencia. De la misma manera que un director de cine realiza su propia película. Para ello se creó a *Theme Experience* y todo un abanico de experiencias vinculadas.

Ver caso: [Centro Comercial](#)

Artículo Relacionado: [Un Monet en el centro comercial? Las tiendas se](#)

### Otras Noticias

#### EMO Insights sigue creciendo con nuevas incorporaciones



Gemma Jiménez García, Doctora en Psicología Clínica y ex Directora de la Unidad Psicomotiva en GSS, se une como *Missionary Leader* al equipo para liderar una vía de negocio dedicada a la formación y gestión del cliente interno a nivel internacional.

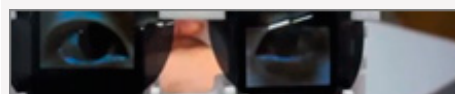
#### Las emociones, nuevas protagonistas del 'management'



Las emociones ya están presentes de forma habitual en la publicidad de productos y servicios, como pasó en su momento con la palabra experiencia. Es una realidad que las emociones serán protagonistas del management.

[Entrevista en el periódico Cinco Días](#)

#### Unas gafas para maquillar las emociones




Hirota Osawa ha desarrollado la AgencyGlass. Unas gafas que a través de la proyección de ojos falsos que interactúan con nuestros movimientos y cerebro, consiguen expresar lo contrario de lo que pensamos. Esta idea nace de la tensión de la constante obligación que parecen tener los japoneses por la etiqueta social.

[Ver artículo completo](#)



[ponen las pias para nacer frente al e-commerce](#)

Compartir  



## emociones EN EL SECTOR BANCARIO 2014

Emociones en el Sector Bancario de Particulares en España

**DISPONIBLE EDICIÓN 2014**

### Contacto:

Pº de la Castellana, 153  
28046 Madrid (España)  
Telf. +34 915 670 777  
Fax. +34 911 413 685  
[info@emoinsights.com](mailto:info@emoinsights.com)



### Enlaces de interés:

**FEM**® Feelings  
Experience  
Management

**MARKETINGEXPERIENCIAL.COM**  
principales páginas de referencia

**MEET ALFARO**

Blog de Elena Alfaro.  
Experta en Customer Experience.



Este mensaje y cualquier documento que lleve adjunto son confidenciales y destinados únicamente a la persona o entidad a quien han sido enviados. Si Usted ha recibido este mensaje por error, le informamos que el contenido en el mismo es reservado y el uso no autorizado está prohibido legalmente, por ello, le rogamos que nos lo notifique al e-mail [soporte@emoinsights.com](mailto:soporte@emoinsights.com).

No deseo recibir más new sletter de [EMO Insights](#)