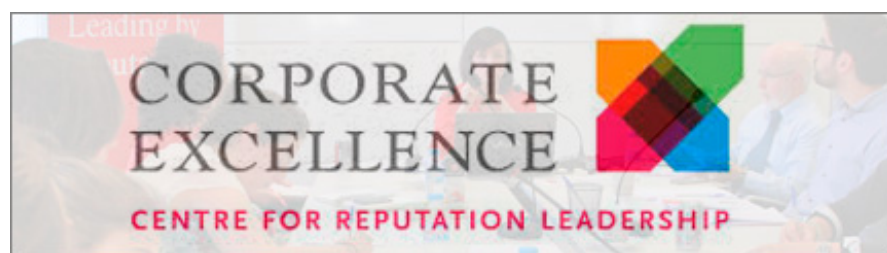






## Insights Feed. Julio 2014

### Corporate Excellence apuesta por el Emotional Management de la mano de EMO Insights




EMO Insights ha firmado un acuerdo de colaboración con [Corporate Excellence](#) para liderar contenidos de *Emotional Management*. Corporate Excellence es una fundación sin ánimo de lucro dedicada a profesionalizar la gestión de los activos intangibles, de cara a contribuir al desarrollo de marcas fuertes, con reputación, capaces de competir en los mercados globales. Sus patronos son BBVA, CaixaBank, Iberdrola, Repsol, Santander, y Telefónica, también cuenta con la colaboración de algunas de las empresas públicas y privadas. Corporate Excellence ha percibido el valor de la estrategia basada en emociones y no ha dudado en incorporar este contenido a sus asociados. La pareja ideal era EMO Insights.

Compartir  

### Apostando por el Emotional Customer Journey

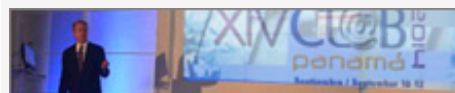


El *Emotional Customer Journey Map* se está posicionando como herramienta clave del Customer Experience Management. Este permite identificar las emociones vividas del cliente dentro de su recorrido por los servicios y los puntos de contacto con la compañía sin perder de vista el punto racional. Así se logra planificar y crear una estrategia de gran impacto emocional en cada interacción. Esta herramienta se está utilizando en empresas líderes del sector distribución como se puede ver en [nuestro caso de éxito](#).

Compartir  

## Otras Noticias

### Elena Alfaro CEO de EMO Insights en el XIV Congreso del Club de Panamá 2014



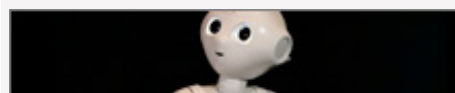
La CEO de EMO Insights, Elena Alfaro, participará del 10 al 12 de Septiembre en el [Club de Panamá](#). Este encuentro anual congrega ejecutivos de instituciones financieras responsables de la gestión en distintas áreas del negocio, la administración, el control de riesgo, el mercado y la prestación de servicios a los clientes. El Club agrupa más de 500 organizaciones bancarias afiliadas a FECABAN y otras que operan en todo Latinoamérica facilitando el intercambio de conocimiento, ideas y experiencias.

### El Neuromarketing, la nueva tendencia



Se ha puesto de moda el neuromarketing. Desde principios de año está presente de forma continua en los medios de comunicación y en las redes sociales. Para EMO Insights el neuromarketing no es algo novedoso, sino que forma parte de su ADN. Desde la creación de la compañía, en 2010, hasta hoy, la aplicación de la tecnología procedente de la biomedicina (eyetracking, galvanómetros, atenciómetros, etc.), ha sido clave en varios proyectos realizados. [Ver artículo completo](#)

### La noticia más destacada: Las emociones llegan a los robots



El consejero delegado del grupo japonés de telecomunicaciones SoftBank acudió este viernes a la asamblea general de accionistas acompañado por el robot Pepper que sabe comprender cuando alguien está contento, triste o enfadado. Así mismo, varios Pepper pueden transmitirse entre sí lo que cada uno ha aprendido. El objetivo de SoftBank es hacer que la gente sea feliz gracias a la revolución de la informática.



# emociones EN EL SECTOR BANCARIO 2014

Emociones en el Sector Bancario de Particulares en España

**DISPONIBLE EDICIÓN 2014**

[Ver artículo completo](#)



#### 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](#)