

Consultoría Especializada

Juan Carlos Alcaide

- Experiencia de Cliente
Fidelización y Retención
Silver Economy

JCA

Juan Carlos Alcaide
Marketing, Fidelización
Silver Economy



www.juancarlosalcaide.com

629 226 478 | 911 994 943

*Dispongo de casi **30 años de experiencia**, he colaborado con **más de 100 empresas y proyectos de consultoría en empresas líderes.***

Voy a dirigir un proyecto de consultoría y diseñar, crear e implantar soluciones tácticas, aterrizables, realistas, aplicables y con una visión altamente vinculada al resultado.

Tengo un enfoque eminentemente práctico para aportar soluciones reales a problemas reales.

● ● ● *Juan Carlos Alcaide*





Consultoría sin
Bla, Bla, Bla 02

Ámbitos de
consultoría 05

En resumen:
Rentabilidad 32

¿A quién van
dirigidas mis
consultorías? 35

A man in a dark suit, white shirt, and blue patterned tie is standing and presenting to an audience. He is wearing glasses and has his right hand raised as if gesturing. The audience is seated at long tables in the background, and a large abstract painting is on the wall behind him. The entire image has a teal overlay.

Creatividad
Experiencia
Especialización
Orientación a
_Resultados

Juan Carlos Alcaide

Consultoría sin Bla, Bla, Bla...



Formo parte de la la
junta de gobierno de



Consultoría sin *Bla, Bla, Bla* ●●●

Soy uno de los consultores españoles más experimentados y reconocidos en



Silver Economy y
Senior
Marketing



Marketing y
Fidelización



Experiencia de
cliente



Servicio al
cliente



Digitalización
del Marketing y
el Servicio

Desarrollo proyectos de consultoría, bien "*one shot*", bien a medio y largo plazo, y sujetos a medición.

Elaboro entregables completamente tácticos, orientados a la acción - implementación exitosa de los planes y programas; sin humo, sin "*bla, bla, bla*".

Cuento con un equipo senior multidisciplinar. Aporto soluciones innovadoras desde el conocimiento experto, conocimiento multisectorial y de casos de éxito. Me implico en la ejecución de cada , proyecto y trabajo para todo tipo de tamaños empresariales.

Siempre me implico con el cliente en el camino, tanto en proyectos “*quick wins*” bien en resultados a corto plazo. Y en “proyectos de cambio y transformación”, bien en proyectos de medio y largo plazo orientados a la transformación estratégica, organizativa y cambios de largo alcance.

“ Vivimos la revolución **Phygitall**, la era del **All line marketing** ¿sabes dar respuestas? ”

Como consultor, elaboro



Auditorías de marketing-
fidelización-experiencia
de cliente
On-off line



Planes y
programas de
actuación

Juan Carlos Alcaide

Ámbitos de Consultoría ...



Ámbitos de Consultoría ●●●

A lo largo de mi trayectoria, he participado en multitud de consultorías centradas en temas altamente específicos: Silver Economy, Marketing, Fidelización y Customer Experience.

Ámbitos

Silver Economy	07
Marketing Estratégico	12
Fidelización Rentable	16
Experiencia de Cliente	20
Planes de Marketing y Acción Comercial	25
<i>Branding</i> Emocional	28

Juan Carlos Alcaide

Silver Economy...

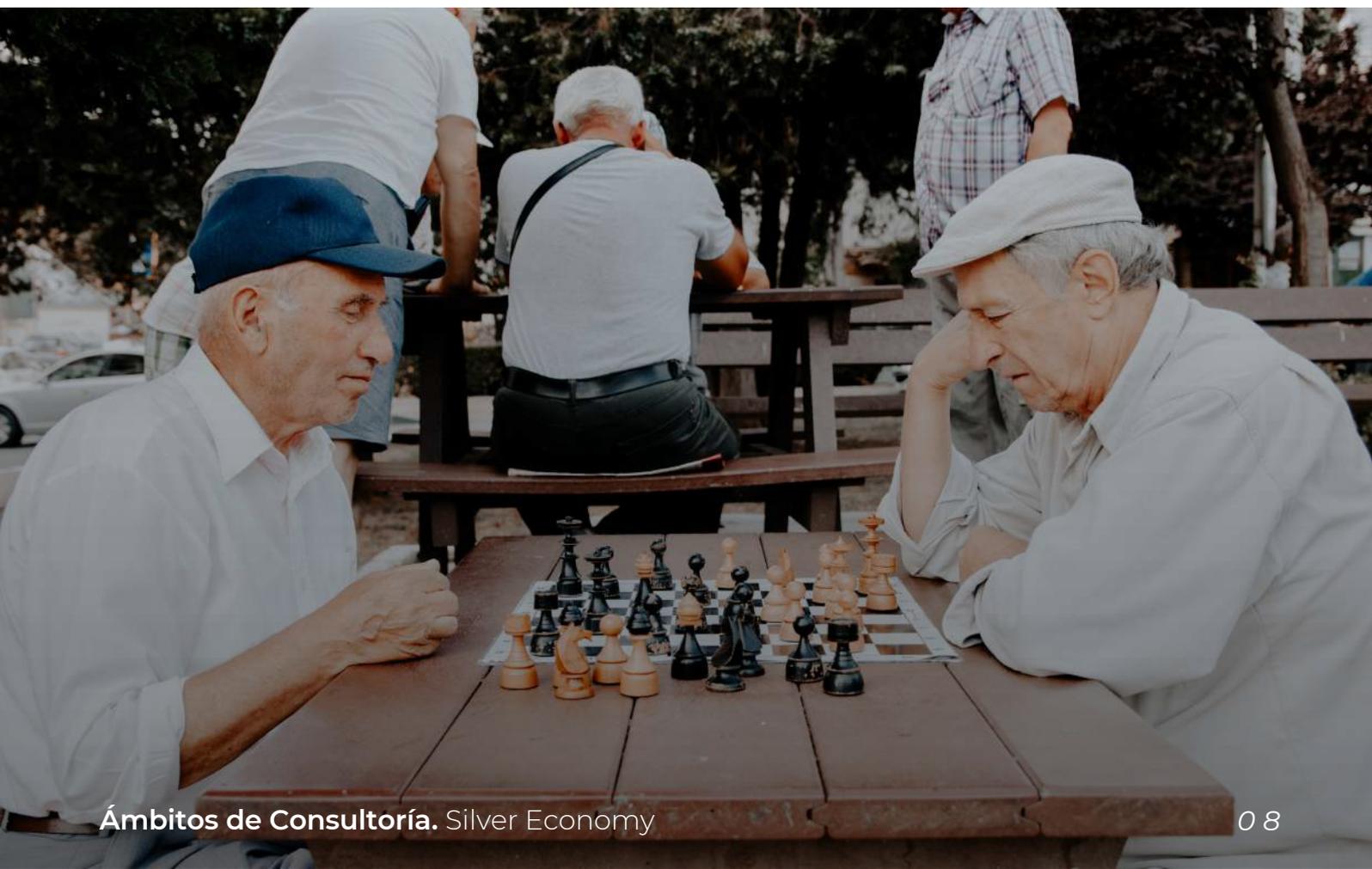
Silver Economy



La Silver Economy es la actividad económica específica orientada a atender las necesidades y motivaciones de las personas mayores, las necesidades de sus familias, consecuencia de cuidar a/de los mayores, y la transformación de la oferta de las empresas para, con una oferta segmentada ("silverizada"), adaptarse al cambio demográfico.

La sociedad avanza, madura o envejece. El mercado de los cuidados, el turismo para mayores, el envejecimiento activo y la tecnología para facilitar la vida de los mayores son el futuro y el presente de la economía.

“ *Vamos a una sociedad de mayores centenarios, cuidados por mayores septuagenarios, cuidados y ayudados por los hijos de los actuales inmigrantes; y todos ellos ayudados por la tecnología.* ”



¿Por qué su empresa necesita CONSULTORÍA en Silver Economy?



Para **adaptar la oferta de su empresa al futuro de la sociedad.**



Porque hay un **enorme futuro en el desarrollo de tecnologías de la información para mayores** que sirvan para **propiciar una vida independiente.**



Aprovechar la enorme **ventana hacia el futuro** que se abre en la **atención, cuidado y prestaciones a los seniors.**

¿Qué obtendrá con CONSULTORÍA en Silver Economy?



Un plan de **adaptación a la demografía, presente y futura.**



Un planteamiento de innovación para, **aprovechando el portafolio actual de la compañía** y el know how, poder desarrollar **productos y servicios adaptados a la economía plateada, “silverizados”.**



Programas para sacar partido económico del **envejecimiento activo, un importantísimo negocio a futuro.**

Claves de la consultoría dedicada a la Silver Economy. “Silverización”:



1. Desarrollo, adaptación e innovación de Servicios a la Economía Plateada.



2. Adecuación del portafolio de productos-servicios a los mayores.



3. Productos y servicios para seniors: especificidades. Análisis de casuística.



4. Creación de nuevos modelos de negocio en torno a la economía de los mayores.

- Insights de los seniors.
- Relaciones sociales de los seniors.
- Relaciones familiares de los seniors.
- Ilusiones e intenciones de los seniors.



5. Sociología: El futuro de la Demografía. Estudios e informes de previsiones y tendencias con impacto en empresa.



6. Age / Silver Tech. Tecnología y omnicanalidad para seniors.



7. Precio: su visión y sensibilidad hacia el dinero.



8. Publicidad, reputación y marca: ¿qué valora el senior?. Alianza con la agencia BBDO.



9. La experiencia buscada por el senior en productos y servicios: Senior Marketing. Alianza con la agencia BBDO.

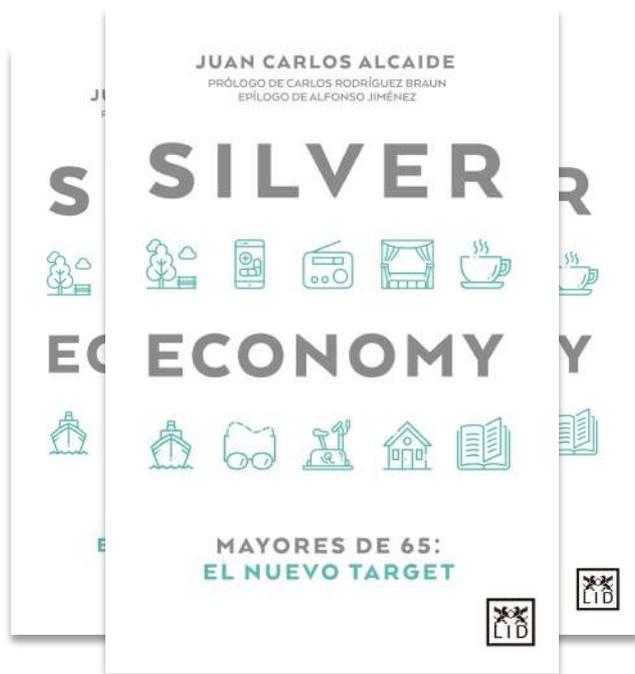


10. PHYGITALL. La distribución comercial y su adaptación a la Silver Economy. Canales Físicos y Digitales.



11. Futuro económico, nichos, yacimientos y oportunidades en torno a la Silver Economy.

Publicaciones



Silver Economy. Mayores de 65: El nuevo Target

Editorial LID

Prólogo de Carlos Rodríguez Braun

La mayoría de los países están madurando a una gran velocidad y el envejecimiento de la población, junto con la mejora en la esperanza y la calidad de vida, ha propiciado la aparición de un rentable nuevo mercado: los mayores de 65 años.

Son personas que cada vez están más alejadas de los estereotipos que teníamos hasta ahora: son activas, digitales, gozan de buena salud y de una libertad financiera mayor.

Este escenario demográfico ha abierto un campo de oportunidades para el mundo empresarial: la economía de las personas mayores o Silver Economy. El autor, Juan Carlos Alcaide, presenta estas nuevas oportunidades de negocio y las ventanas que se abren en el contexto del envejecimiento poblacional con enfoques que van desde el marketing hasta el envejecimiento activo y la salud, desde el turismo y el ocio hasta la biogerontología y las terapias antienvjecimiento, los hogares y las residencias, la tecnología o los servicios financieros: productos ageing friendly, servicios de ayuda a domicilio, plataformas de ocio, reformas del hogar, nuevos modelos de movilidad, tecnología adaptada, viviendas turísticas, ayuda psicológica, envases de apertura fácil, etc.

Silver Economy. Mayores de 65: el nuevo target, te anima a poner el foco en este segmento de crecimiento, que es el pilar de la economía del futuro y que precisa y precisará de productos y servicios silverizados.

Juan Carlos Alcaide

Marketing Estratégico...

Marketing Estratégico ●●●

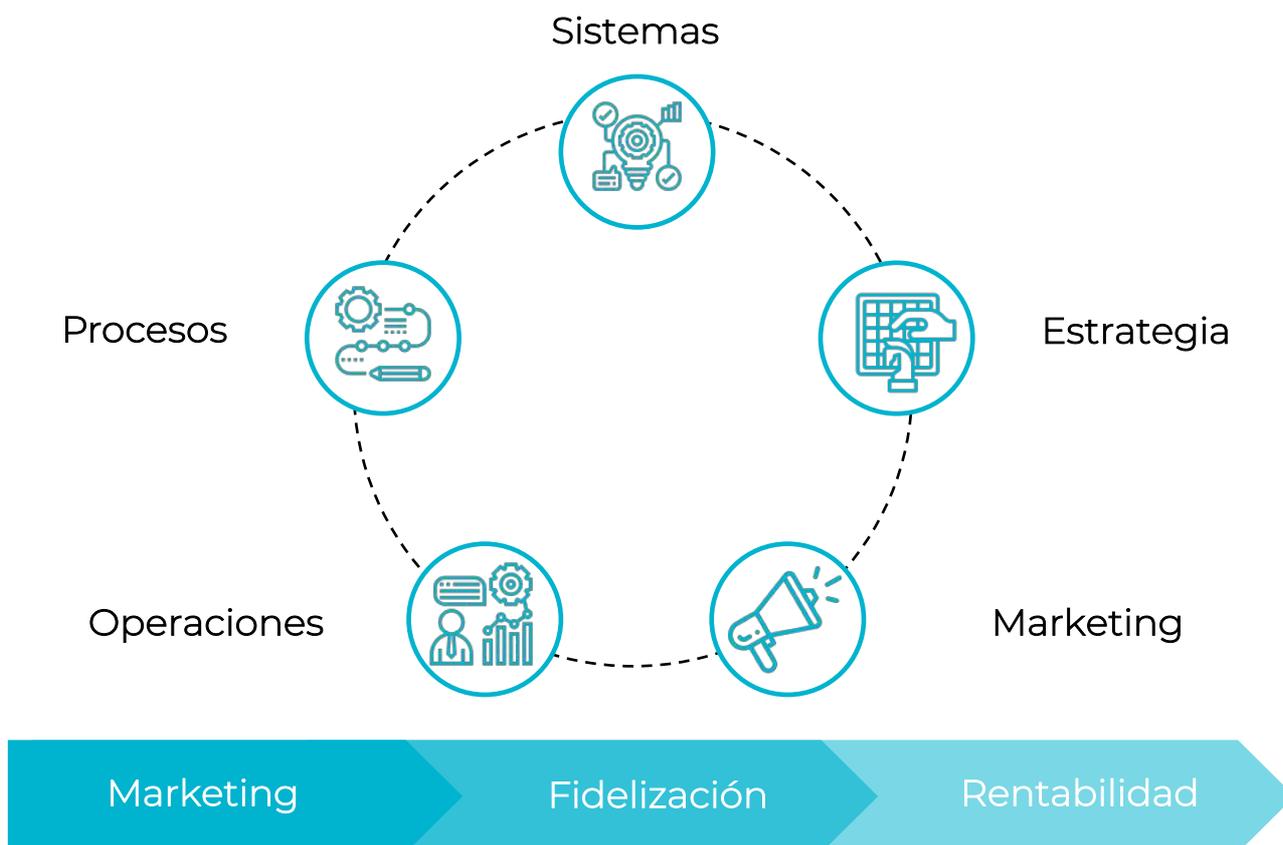
“ La relación es el eje estratégico ”

Alinear los objetivos de la DIRECCIÓN GENERAL con las áreas de Marketing y Ventas y definir cómo queremos relacionarnos con los clientes, en qué momento, con qué tono, a través de qué canal etc. Esto parece algo simple, pero lleva un trabajo muy laborioso por parte de la compañía. Trabajo la gestión de las relaciones para mejorar el vínculo entre cliente y empresa.

Todo ello a partir del análisis de percepción sobre la compañía, de procesos de relación con los clientes, del *Unique Value Proposition* y atributos de marca, de tecnología y canales, y branding emocional.

“ Operaciones y emociones conquistan los corazones ”

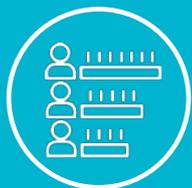
Estrategia/ Marketing/ Comercialización/ Experiencia/ Fidelización/ Rentabilidad



¿Por qué necesita su empresa un Plan de Marketing Estratégico?



Para *afrentar los cambios de mercado.*



Para **luchar contra los nuevos y viejos competidores** sin dar palos de ciego.

¿Qué obtendrá su empresa con mi Plan de Marketing Estratégico?



La **hoja de ruta del éxito** en **Marketing, Ventas, Fidelización Rentable.**



Saber qué cosa hacer, para qué, por qué, por parte de quién, cómo, con qué recursos, cuándo, por cuánto dinero, y dónde realizar lo que hay que realizar.



Poder medir los resultados y prever contingencias.

Claves de la consultoría dedicada al Marketing Estratégico

Plan SMART

Specific, Measurable, Achievable, Realistic y Timely.



1. **Marketing estratégico** versus **Marketing operativo**.



- DAFO.
- Matrices de análisis competitivo.
- Matrices de análisis de recursos de Marketing.
- Matrices de análisis de portafolio de productos-servicios.
- Matrices de satisfacción cliente.
- Matrices de análisis y previsión del futuro.
- Matrices de impacto de las inversiones.
- Y similares



Juan Carlos Alcaide

Fidelización Rentable...



Rentabilidad: Fidelización y Retención ●●●

Segmentar de manera adecuada es la base de la relación con los clientes, significa conocer más y mejor a nuestros clientes, sus hábitos y necesidades específicas e individuales.

Mediante mi colaboración ayudo a mis clientes a definir los criterios de segmentación, el contexto de relación más relevante, el programa de comunicación omnicanal más adecuado y la estrategia para cada colectivo de clientes, para generar lazos y vínculos originando una relación rentable y personal en el largo plazo.



Claves para la consultoría dedicada a la Fidelización Rentable

Con tecnología o sin tecnología mejoraremos la experiencia y la fidelidad.



1.
Beneficios y descuentos.



2.
Programas de *comarketing* / servicios valor añadido con otros.



3.
Beneficios psicológicos de la relación.



4.
Beneficios vía emociones.



5.
Programa gestión de cuentas clave y calendario relacional (121 / who is who).



6.
Programas de personalización rentable.



7.
Beneficios de "socialización" (con otros).



8.
Formación en materias de Fidelización y Retención.



9.
Informes y estudios.



10.
Beneficios estructurales.



11.
Modelo MSMC: mejor servicio al mejor cliente.

¿Por qué necesita un Plan de Fidelización Rentable?



Todas las **empresas necesitan fidelizar desde el primer día.**



Para **sacar todo el partido a todos los clientes.**



Para **tener clientes muy rentables para toda la vida que atraen más clientes** (también rentables).

¿Qué obtendrá con mi Fidelización Rentable?



Sacar partido al lifetime value de cada quién.



Un **enfoque de personalización y vinculación emocionales con modelos y herramientas muy testados.**



Ganará más dinero con el mismo esfuerzo, optimizando la gestión rentable de clientes rentables.

Juan Carlos Alcaide

Experiencia de cliente ...

Experiencia de cliente ●●●

En mis proyectos abordo que la cercanía, la calidez y la empatía con las personas son básicos en el diseño de los procesos-procedimientos y sistemas de relación con la clientela y la gestión de experiencias.

Estamos en la era del cliente Phygital. El cliente quiere todo, la mejor experiencia física y digital; y en todos los canales. Grandes marcas gestionan sus tiendas y servicios con Inteligencia Artificial, Big Data entre otras con el objetivo de conseguir experiencias sensoriales amplificadas.

“ *Humanos ayudan a Humanos con la ayuda de la tecnología* ”

Mis programas de Experiencia de Cliente giran en torno a 10 pilares fundamentales



1. *Gestión rentable de clientes*



2. *Personalización*



3. *Experiences Design*



4. *Customer journey*



5. *Omnicanalidad*



6. *Marketing interno*



7. *Performance*



8. *Comunicación de marca*



9. *Marketing sensorial*



10. *Comarketing*

¿Por qué necesita consultoría en Experiencia de cliente?



Porque todos necesitamos la **visión externa para enfatizar lo que hacemos bien y corregir defectos en el servicio que prestamos.**



Porque **mejorar la experiencia de cliente tiene un efecto directo en la confianza, la lealtad de los clientes y la rentabilidad a medio y largo plazos, consolidando la reputación** y poniendo barreras de entrada a la competencia.



Porque no es el **qué**, es el **cómo hacemos lo que hacemos lo que de generar vínculos y fidelización rentable de clientes rentables.**

¿Qué obtendrá con consultoría en Experiencia de cliente?



Consejos aplicables, sin bla bla bla.



Modelos de aplicación, herramientas y planillas, matrices y documentos concretos, orientados al resultado, sin humo, específicos y realistas.



Planes y programas de actuación, organizados según el principio SMART (Specific, Measurable, Achievable, Realistic y Timely.).

Cliente Digital



Inteligencia Artificial



Asistentes Virtuales y Chatbot



Analytics



Smart Data



Blockchain



(IoT) Internet of Things



Cliente Phygitall

Cuento con alianzas en empresas líderes en el sector



IBM



Future Space



Enzyme Advising Group

Publicaciones



Customer Experience. Las claves de la experiencia de cliente en la era digital cognitiva

Editorial ESIC

La austeridad está de moda. No tener coche es cool. Ir "hablando solo" por la calle es lo más normal del mundo, teniendo cuidado de que no nos atropelle un patín. Y las ancianas de la residencia de ancianos del barrio compran caramelos con Amazon Prime y hacen skype con sus nietos. En la próxima década, la tecnología y en

especial la robótica y la inteligencia artificial habrán avanzado de un modo revolucionario la experiencia de cliente.

La nueva era del marketing ya está aquí y es el resultado de una revolución tecnológica sin precedentes que lleva la experiencia de cliente hasta los confines de la imaginación. Hoy (casi) todo es técnicamente posible y está en permanente revisión. Estamos en la era del cliente PhyGitAll. El cliente lo quiere todo: la mejor experiencia digital, la mejor y más adecuada fisicidad y en... ¡todos los canales!

Amazon o Alibaba abren tiendas físicas con reconocimiento facial y atención robótica. Los y la inteligencia artificial promete, junto al bots gestionan la atención al cliente con gran satisfacción por parte de los usuarios big data, experiencias sensoriales amplificadas.

La personalización e individualización alcanzan grados de desarrollo casi inverosímiles y proporcionan vivencias memorables en la compra de productos y servicios. Las empresas trabajarán en propuestas *one to one* para llegar a la emocionalidad del cliente y a su racionalidad.

Vamos en patín por la ciudad, lo que era cool hace cinco años es antiguo ahora, los jubilados compran viajes en Skyscanner y ya estamos pensando en que la serie Blackmirror se ha quedado corta. Lo que no es tecnología, es poesía, pájaros y flores. En experiencia de cliente, si no parece magia, no interesa.

Juan Carlos Alcaide

Planes de Marketing y Acción Comercial...

Planes de Marketing y Acción Comercial ●●●

Cada empresa y cada sector requieren de un determinado contexto de relación. Un territorio único y diferencial, muy vinculado con la Experiencia de Cliente definida, que facilite un diálogo total con nuestros clientes.

Debemos analizar las estrategias y establecer acciones que tenemos a nuestra disposición y planificar un esquema sistemático alineado con los objetivos de gestión de clientes y del conocimiento, segmentación o clusterización que tengamos de ellos. Todo ello enmarcado en planes estratégicos de áreas o transversales.

Diagnóstico y análisis de marketing

1. **Análisis de estrategias de Marketing actuales, y evaluación del grado de eficacia de los sistemas de planificación y control existentes.**



2. **Análisis AVER**



Atracción

Venta

Experiencia

Relación - Retención

Programas Específicos de Marketing

1. Programa de Branding estratégico y **propuesta de valor a través de la herramienta de mapa de Branding.**
2. Programa de **segmentación y carterización** a través del modelo **MSMC (Modelo propietario de tratamiento de la base de clientes para establecer propiedades estratégicas y tácticas de actuación mundial).**
 - Programa relacional a través de herramienta de mapa de loyaltying, calendario relacional, piezas de Marketing: ideación y creación de piezas y elementos visuales para utilización en momentos de contacto.

*Programas de relación KAM (Key Account Management).
Definición y desarrollo del programa de cuentas clave con los clientes a través de:*

- Programas de mejora de la relación: programas específicos con acciones concretas de fidelización según segmentos clave de cliente.
- Modelo de gestión de clientes clave: diseño de protocolos de atención, estándares relacionales y de comunicación. Construcción de protocolos comerciales, de cross y up selling.
- Service Recovery: programa específico para recuperar o activar a los clientes clave abandonistas / tendentes a ser infieles.
- Plan de Comunicación y Marketing digital.

Programas



Juan Carlos Alcaide

Branding Emocional...



Branding Emocional ●●●

El Branding se refiere al proceso estratégico de creación y revisión de una marca y de su identidad visual, de construcción de su estilo, identidad y personalidad.

“ Si tu marca no marca, **ni es marca ni es nada** ”

Para hacer un branding emocional óptimo hay que crear un cóctel de antropología, experiencias sensoriales, imaginación y enfoque visionario de futuro, pensar la marca para que siga “marcando” en las personas un tiempo después.



Colaboración con
BBDO



Profesor de ESIC
Branding **desde 1998**

Claves de Branding Emocional en mi consultoría



1. Hay que cuidar del “sex appeal”, la marca tiene que tener atractivo



2. La identidad es **reconocimiento** en el vasto océano de marcas y mensajes. La personalidad es carácter y carisma.



3. **Naming y valores:** además de seleccionar un naming adecuado y una determinada identidad visual, es también **comunicar los mismos valores de una forma consistente y constante en el tiempo.**



4. **El branding es el principio, no el final.** A veces se confunde el foco, la marca debe servir para crear **relaciones duraderas en el tiempo con los clientes y stakeholders.**



5. Debemos tener en la cabeza la palabra “**excluyente**”. La **marca debería ser incompatible con otras marcas de la competencia directa o indirecta.**



6. Será de utilidad **tener un propósito superior, trascendente para el ser humano.** Tener un reto fácilmente **compartible en términos sociales.**



7. **Story Telling: transmitir un relato.**



8. **Los clientes no son un número, ni una billetera, son personas que perciben y dan dimensión a la marca.**



9. Como bien es sabido en el mundo del Branding, hay que **pasar productos y servicios a experiencias sensoriales.**



10. La comunicación de la marca debe estar **orientada al diálogo, no al monólogo.**

¿Por qué necesita consultoría en Branding emocional?



La comunicación de marca, positiva o negativa, se produce siempre, con intención o sin ella. Por lo tanto, es un drama que la comunicación de marca no sea pensada, meditada, estratégica y acorde a los intereses de la empresa.

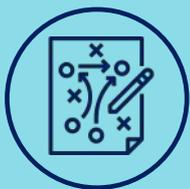


Todo marca, todo es marca: olores, colores, sabores, la apariencia de los empleados. **Todo marca. ¿Marca tu marca?, Si no marca, no es marca.** Si la marca, marca, siempre marca, que marque lo que tiene que “marcar”.



La marca no es un logo, un nombre, es un conjunto de sensaciones y emociones, que producen sentimientos, “vibraciones y feeling” al cliente, positivos o negativos, pero siempre y en cada ocasión; por esa razón es necesario, indispensable, alinear con coherencia, consistencia, el estilo, la identidad, la personalidad de la marca. Reflejar el alma de la empresa. Para conectar con el alma del cliente.

¿Qué obtendrá con consultoría en Branding emocional?



Desde hace muchos años cuento con **“El mapa estratégico de Branding”**, herramienta que he desarrollado y perfeccionado a lo largo de los últimos quince años y he aplicado a múltiples marcas de todo tipo de sectores y que analiza:

- **Marca, Atributos, Naming, Dominios, Mapa y segmentos de mercado, Identidad, Personalidad, Consistencia omnicanal, Sensaciones y emociones, Sentimientos y pensamientos, Relaciones de marca con los públicos, Marca experiencial, Marca emocional:** los quince elementos de la marca emocional, Branding digital y estrategia de productos.



El cliente obtendrá un plan detallado de marca, en todos los canales, con un cronograma claro y una descripción de la estrategia segmentada de marca o marcas, incluyendo en su caso las estrategias de holding, marca paraguas, marcas blancas, segundas marcas, y cualesquiera tácticas de branding que sea necesaria, previo análisis de mercado.

Juan Carlos Alcaide

En resumen: Rentabilidad ...

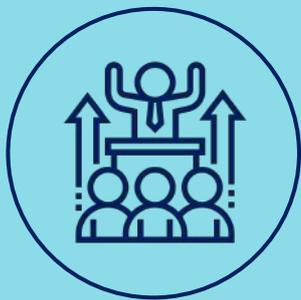
Rentabilidad ●●●

“ Conocimientos, Motivación, Resultados. ”



Solvencia

Dispongo de un profundo conocimiento de cada uno de los ámbitos de mis consultorías. Si no domino el tema, no lo abordo.



Estilo

Mis consultorías son prácticas y cercanas, con contenido. Con estilo cercano, interacción y participación.



Retorno de la inversión

Ideas concretas, realistas y ejecutables. Tras cada reunión, podrás poner a prueba las ideas transmitidas.

Algunas empresas en las que he colaborado como consultor ●●●

He trabajado para 132 empresas (hasta febrero de 2020) como consultor desde 1992.

Destacando entre otras:



En resumen: Rentabilidad.

Juan Carlos Alcaide

¿A quién van dirigidas mis consultorías? ...

¿A quién van dirigidas mis consultorías? ●●●



Empresarios



Empresas y Equipos



Organismos y Asociaciones

Básico



Reunión



*Acompañamiento y mentoring **3 meses***



Elaboración informe de actuaciones



*Acompañamiento: **1,5 horas semanales***

Plus



Diagnóstico



Evaluación, control y acompañamiento



*Estrategia **CX - marketing - fidelización***



*Acompañamiento: **6 horas semanales***

Premium



Diagnóstico



Evaluación, control y acompañamiento



Reunión semanal y reuniones de consejo



*Acompañamiento: **6 horas semanales***



*Estrategia **CX - marketing - fidelización***



Coordinación de equipos de supervisión

¡Gracias!

Podrás contactar conmigo

www.juancarlosalcaide.com

hola@juancarlosalcaide.com

629 226 478

911 994 943

Sígueme en



@AlcaideJC



***Juan Carlos
Alcaide Casado***



***Juan Carlos
Alcaide***