

NOMBRE DEL COMISIONADO	Brenda Isabel De la Cruz Gaspar
LUGAR DE LA COMISION	CDMX
FECHA DE COMISION	18-19 de Agosto
EVENTO	AMEREF - IBTM

OBJETIVO

AMEREF: Aprender acerca de los demás recintos, la forma en la que ofrecen la atención en área de Servicio al cliente, ver en que se puede mejorar o que nuevas acciones se pueden implementar. Así mismo observar la diferente manera en la que se maneja un recinto gubernamental y un recinto privado.

IBTM: Aprender de los talleres las áreas de oportunidad en las que se pueden implementar las nuevas tecnologías, así mismo como reforzar la seguridad en nuestros eventos.

DESCRIPCION DEL EVENTO

Platica de Recintos Feriales, Talleres de Servicio al Cliente, Stands de diferentes estados, hoteles y países.

ACTIVIDADES PRINCIPALES AMEREF

- Compartir con los demás centros de convenciones la forma en la que está estructurada el recinto al que pertenecemos.
- Compartir entre los recintos la forma en la que se manejan antes, durante y después de cada evento.
- Adaptar los objetivos de los recintos
- Aprender que el área comercial es el primer vínculo entre el cliente y el recinto, que a partir de ahí se puede hacer que la relación cliente – recinto sea continua por el trato hacia este.
- Ver que cada contacto es un evento y cada evento es una experiencia diferente.
- Divisar que el futuro de cada Recinto es empezar a implementar la Inteligencia Artificial.
- Ver que el principal objetivo es que entre recintos se haga el Networking.

En mesa 1.3 “Construyendo relaciones de confianza”

Comenzamos a compartir con los diferentes recintos técnicas que implementamos, como, por ejemplo, entender que debemos identificar al cliente dependiendo de las diferentes características con las que cuentan, que ante cada cliente siempre hay que dar un diferente trato ya que una convención o un congreso no es lo mismo, siempre mostrar el recinto, ya que así se vive una mejor experiencia en persona que a verlo por medio de un video o foto. También buscar tener una buena comunicación con el cliente, para así evitar tener falta de información, así también tratar de tener una convivencia amena con el cliente. Entre los puntos que compartieron, se coincidió que hay que buscar enseñar a cada persona del equipo del centro como se realizan las producciones del evento, así de esta forma se puede generar más confianza con el cliente.

En mesa 2.3 “Empatizando: ¿Si yo fuera del área de operaciones, que le pediría al área comercial?”

Se llegó a la conclusión de que lo ideal sería hacer una junta de requerimiento con el equipo por cada evento, esto independientemente de la orden de servicio, para que así se plasme o se dialogue lo que se necesitará durante el evento, así de esta forma el área de operaciones sabrá lo que el cliente requiera, esto también ayuda a que la información no se pierda y haya una sola vía de comunicación.

ACTIVIDADES PRINCIPALES IBTM

- Conocer por medio del stand, el cómo es la relación recinto con el área de turismo en algunos de los estados, también así ver como ayuda a que los recintos tengan diversos eventos.

- Ver en el taller de inteligencia artificial el cómo se puede implementar esta de manera asertiva en las áreas del ámbito comercial, así mismo ver que la IA no reemplaza la estrategia, si no que nos puede ayudar a potenciar lo que sabemos y que queremos lograr con esta. En este también nos explicaron que un 80% usa la IA pero que realmente no sabemos como escalarla para un beneficio mayor. También entender que la IA no viene a remplazar a nadie de los trabajadores, si no a potenciar lo ya sabido.
- En el otro de los talleres nos enseñaban que la probabilidad de que algo que está planeado de cierta, puede suceder de otra forma, pero eso no quiere decir que nos tengamos que estresar.
- También aprender que la seguridad en el evento es la prioridad para el cliente.

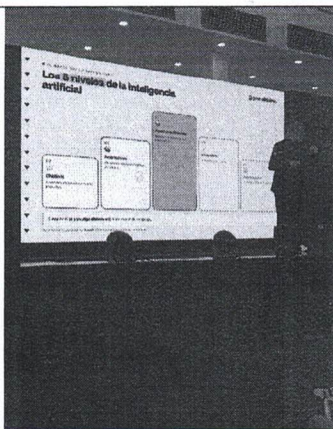
FOTOS



FOTOS



FOTOS



FOTOS



ELABORA

A blue ink signature of the Comisionado.

COMISIONADO

REVISAR

A blue ink signature of the Director Area.

DIRECTOR AREA

AUTORIZA

A blue ink signature of the Director General.

DIRECTOR GENERAL