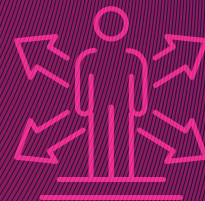


# M11 Objetivos y principios de la estrategia omnicanal orientada a la experiencia del usuario (UX)



*"Los consumidores tienen limitaciones de tiempo y presupuesto y se sienten menos queridos de lo que les gustaría. Bríndales una experiencia maravillosa y la compartirán. Captura su alma y ganarás a lo grande". Michael J. Silverstein*



## OBJETIVO:

Analizar las principales herramientas digitales utilizadas en los canales de interacción empresa-cliente a lo largo del proceso de involucramiento hacia la compra o uso del servicio.

## Entregable 11

Creación de un marketplace.

## Expositor:

**Dr. Eduardo Morgan**  
*Catedrático del Tecnológico de Monterrey.*

Experto en mercadotecnia de servicios. Ha participado con el ITESM en el desarrollo de diversos diplomados en temas como, HACCP, Gerencia SPA, Gerencia de Compras, Turismo, entre otros.

**Mtro. Aaron López**  
*Directo de Medios Digitales de Imagine Publicidad*

Experto en desarrollo de negocios digitales y marketing digital. Ha trabajado con marcas como La Europea, Tkt Light, Café Olé, Fud, entre otras.

