



 **UPB**

Formación Continua



DIPLOMADO >>

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT



Modalidad Virtual

La gestión de la experiencia del cliente no es una habilidad blanda, y tampoco es la visión de atención al cliente tradicional. La gestión de la experiencia del cliente es una ciencia que a partir de una visión y comprensión transversal de todas las interacciones que tiene un cliente con la empresa, sus expectativas y percepciones busca entregar un desempeño memorable y así lograr que los clientes se conviertan en promotores y fans de la empresa.

Conseguir esto, implica un conocimiento amplio y multidisciplinario de técnicas, metodologías, herramientas y visión empresarial. Existen muchos ejemplos a nivel mundial y local de empresas que a través de la entrega de una mejor experiencia a sus clientes tienen mejores resultados económicos: Apple, Coca Cola, Walt Disney, Starbucks, Mercedes Benz y Cirque du Soleil entre las más tradicionales y conocidas; en el mundo digital: Spotify, Airbnb, Amazon, Netflix y Uber, y también empresas disruptivas en sectores tradicionales como Zappos.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar un conjunto de conocimientos y herramientas prácticas que le permitan diseñar y gestionar la experiencia del cliente para lograr la captación, retención y fidelización de actuales y nuevos clientes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al término del programa los(as) participantes estarán en condiciones de:

- Alinear conceptos y visión general de la experiencia del cliente y de la estrategia de gestión de la experiencia del cliente.
- Conocer el desarrollo de la disciplina a nivel mundial, tanto académicamente como a través de ejemplos y casos reales de éxito implementando estrategias de gestión de la experiencia del cliente.
- Conocer el enfoque de gerenciamiento de la estrategia de experiencia del cliente. Capacitar en la elaboración de un plan de marketing digital.

DIRIGIDO A

- Directivos y cargos responsables de la experiencia de cliente.
- Directivos y responsables de marketing.
- Directivos y cargos responsables de desarrollo de negocio.
- Aprender y usar herramientas para la comprensión y medición de la experiencia del

cliente.

- Integrar la visión de cliente en todos los procesos y gestión de una organización.
- Priorizar el aspecto emocional en la creación y

REQUISITOS TÉCNICOS

Todos los participantes deberán contar con:

- Una laptop con procesador i3 o superior.
- Memoria RAM de 4GB o más.
- Acceso a servicio de internet.
- Auriculares.

CONTENIDO DEL CURSO

Módulo 1:

Diseño de la estrategia de experiencia del cliente

- Introducción de la experiencia del cliente.
 - Definición de experiencia.
 - Perfil del cliente actual.
 - Origen de la gestión de la experiencia del cliente.
 - Gestión de la experiencia del cliente.
 - Dimensiones y frameworks de gestión de la experiencia del cliente.
 - Diseño de la estrategia para la experiencia del cliente.
 - Roadmap de implementación y madurez.
- Herramientas clave para diseñar la estrategia CEM

Módulo 2:

Análisis del cliente

- Comprensión del cliente.
 - Barreras de comprensión.
- Herramientas y metodologías para la comprensión de la experiencia del cliente.
 - Arquetipos o buyer persona.
 - Customer journey map.
 - Service blueprint.
- Modelos de comprensión del cliente.
 - Mapa de empatía.
 - Customer value proposition.

Módulo 3:

Programa voz del cliente

- Introducción a la medición de la experiencia.
- El modelo Kano.
- Programa Voice of Customer (VoC).
 - Diagnóstico y madurez del programa VoC.
 - Diseño programa VoC.
 - Implementación programa VoC.
- Construcción del mapa VoC.
- Omnicanalidad del feedback del cliente.
- Principales indicadores de experiencia de cliente.
 - Net Promoter Score (NPS).
- Palancas de promoción y detracción.
- NPS Transaccional.
- NPS Relacional.
- NPS Benchmark.
 - Customer Satisfaction (CSAT).
 - Customer Effort Score (CES).
- Close the loop: Accionando el feedback.
- El programa VoC y el Customer Journey.
- La economía de la experiencia del cliente.
- Casos aplicados.

Módulo 4:

Innovación centrada en la experiencia del cliente

- Concepto de producto y servicio desde la perspectiva de la innovación.
- Generación y gestión de ideas para el desarrollo de productos y servicios.
- Estrategia de innovación en productos y servicios.
- Comprender el proceso de Design Thinking.
- Comprender el concepto de diseño desde el problema de diseño.
- Técnicas de innovación para el diseño de nuevos productos y servicios.
- Identificar la ventaja competitiva y herramientas para mantenerla en desarrollo constante.
- Identificar el valor compartido del negocio.
- Fidelidad Vs. preferencia de los clientes.
- Gestión del conocimiento Vs. continuidad del conocimiento.
- Herramientas de valoración de productos y servicios innovadores.

Módulo 5:

Transformación digital de la experiencia del cliente

- Transformación digital
 - Objetivos de la digitalización.
 - Estrategia de la digitalización.
 - Grados de digitalización.
- Experiencia del cliente.
 - Indicadores.
 - Cadena digital de suministro.
 - Experiencia digital.
- Consumidores digitales y covid 19.
 - Cambios en los hábitos de consumo.
 - Digitalización de las transacciones.
 - Nuevos canales.
- Tecnologías y herramientas digitales para transformar la experiencia del cliente.
 - Customer relationship management.
 - Big data.
 - Personalización.
 - Autoservicio.
- Implementación de un programa de experiencia digital de clientes.
 - Objetivos.
 - Estrategia.
 - Indicadores.
 - Tecnología.
 - Implementación.

Módulo 6:

Transformación cultural y la experiencia del cliente interno

- Paradigmas y gestión del cambio.
- El framework de la experiencia.
- Gestión de la cultura organizacional.
- Gestión de la felicidad.
- Metodologías ágiles de implementación.
- Los cuadros de mando: sistema de gestión de la experiencia.
- La experiencia y competencias del empleado.
- Design Thinking, compromiso y cocreación, herramientas clave del sistema de gestión.
- Sistemas de gestión sus niveles de madurez y barreras.
- Indicadores de gestión y la experiencia del empleado.

Módulo 7:

Implementación de CEM

- Cómo funcionan nuestros cerebros ante las oportunidades de consumo.
- Why, how, what.
- Tendencias globales de consumo.
- Disparadores de la necesidad de implementar el CEM.
- Storytelling como herramienta en el diseño de experiencias.
- Implementación de CEM 360.
- Casos de éxito.

PLANTEL DOCENTE

El plantel docente está conformado por profesionales de reconocido prestigio en su área, los mismos son seleccionados y evaluados, bajo estrictos procedimientos que toman en cuenta metodología didáctica, facilitación del aprendizaje, transmisión de valores y experiencia laboral en la aplicación de tema.

DIRECTOR ACADÉMICO



**MGR. CARLOS
MONASTERIOS**

Master en
Administración de
Empresas, UPB
Consultor en Impronta

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

Duración: Cinco meses. 450 horas académicas.

Titulación: Al cumplir con los requisitos académicos de aprobación de los módulos el(la) participante obtendrá el certificado de *"Diplomado en Customer Experience Management"*.

Solicite información actualizada referida a precio, descuentos, planes de pago, plantel docente, horarios, cronograma tentativo y proceso de inscripción.

METODOLOGÍA

El régimen de estudios está dividido en siete materias/asignaturas. Cada materia se ejecutará de acuerdo al cronograma académico y tendrá una duración total de tres semanas (dos de clases y una de descanso).

Se aplicará una metodología de transferencia de conocimientos participativa virtual con las siguientes características:

Clases en Salas de Videoconferencias

- Contamos con una sala de videoconferencias, en la se realizarán las clases en vivo y el(la) alumno(a) podrá interactuar con el(la) docente.
- Se realizarán 3 sesiones de videoconferencia por semana de clases.
- La aplicación para participar en la sala de videoconferencias es amigable y sencilla de manejar.
- Todas las sesiones de videoconferencias serán grabadas y puestas a disposición de los alumnos en el aula virtual.

Plataforma Virtual para el Aprendizaje

El(la) alumno(a) accederá a un aula virtual que contará con el material digital del curso y material de lectura/apoyo. El(la) alumno(a) participará de acuerdo a su disponibilidad (dentro los límites de tiempo de duración de la materia y los criterios de evaluación).

La metodología de enseñanza incluye: foros de trabajo colaborativo, foros de discusión temática, foros de preguntas y respuestas, mensajería interna, trabajos, cuestionarios, tests y otros servicios orientados a lograr un aprendizaje efectivo.



Management
System
ISO 9001:2015
www.tuv.com
ID: 9108923133

Patrocinada por:



Informaciones e Inscripciones:

☎ 675 88819

✉ mzambrana@upb.edu

CONTACTO NACIONAL:

✉ capacitacionempresarial@upb.edu
📘 UPB Capacitación Empresarial
🌐 www.upb.edu/ceu