



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. 200 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



**CONTACTO NACIONAL:**

603 70200

capacitacionempresarial@upb.edu

UPB Capacitación Empresarial

www.upb.edu/ceu

