



SEMINARIO EJECUTIVO

EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

[08 Y 09 DE AGOSTO, 2016 - HOTEL W, SANTIAGO]

Desarrolla una ventaja competitiva entregando una experiencia de cliente superior.
Identifica y evalúa las estrategias de crecimiento centradas en el cliente.

VIVA LA EXPERIENCIA DE BOSTON UNIVERSITY EN SANTIAGO DE CHILE



BOSTON
UNIVERSITY



INMERSIÓN ACADÉMICA DE CLASE MUNDIAL

MÁS DE

200 MIL

EJECUTIVOS PROVENIENTES DE 21 PAÍSES
HAN ASISTIDO A LOS PROGRAMAS.

MÁS DE

500

EMPRESAS SE CAPACITAN
AL AÑO CON NOSOTROS.

MÁS DE

30 AÑOS

DE EXPERIENCIA EN ACTUALIZACIÓN
EJECUTIVA A NIVEL MUNDIAL.



Interacción directa con reconocidos profesores de las mejores universidades del mundo.



Salones con la tecnología más avanzada que permite una clara exposición del material académico.



Cuentan con traducción simultánea en inglés y español y material académico en ambos idiomas.



Ubicados en un ambiente académico de calidad. Fácil y rápido acceso: cerca de estación de Metro el Golf, con estacionamiento.

Es tu momento, Seminario

Inspiring your full potential

EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR

Las empresas están buscando nuevas formas de innovar para lograr una conexión más profunda con los clientes. Ellos cada vez son más exigentes, están mejor informados y buscan productos personalizados. Un nuevo desafío se instala para crear experiencias que logren fidelizar, más allá de los productos.

Las marcas ahora recurren a la experiencia del cliente para identificar nuevas formas de diferenciarse y competir. ¿Qué es y cómo implementamos sistemas para comprender la experiencia del cliente y conducir el tipo de innovación que se convierte en una fuente competitiva?

Este programa presenta un sistema para crear experiencias excepcionales para el consumidor, que sirven como fundamento para el crecimiento y la diferenciación. Los participantes podrán reconocer experiencias de consumidor superiores, desarrollar modelos y metodologías para diseñar estrategias que lleven a la innovación y crecimiento.

{ BENEFICIOS PARA TI Y TU EMPRESA }

- Comprender qué constituye una experiencia del consumidor superior y cómo crea una ventaja competitiva.
- Identificar a tus mejores clientes y lo valioso de ellos, usando múltiples métodos, datos y recursos.
- Crear y expandir las oportunidades para fidelizar y profundizar las relaciones con los consumidores.
- Dirigir un crecimiento más eficiente y efectivo.
- Desarrollar plataformas para innovar en base al entendimiento de los clientes y las fortalezas de la organización.

{ ESTE PROGRAMA ESTÁ DIRIGIDO A }

- Gerentes de marketing y de productos, comerciales, líderes de venta.
- Directores de estrategia corporativa y planeación estratégica.
- Directores y gerentes de desarrollo de productos.
- Gerentes y jefes de área B2B, B2C y directivos de industrias de servicios que están involucradas en iniciativas de crecimiento estratégico.

BOSTON UNIVERSITY

LA DIFERENCIA ES NUESTRO ADN

Boston University es considerada una de las universidades más dinámicas del mundo. Cuenta con más de 4.000 profesores y 31.000 estudiantes, siendo una de las mayores universidades privadas en los Estados Unidos. Entre sus profesores y ex alumnos se encuentran seis ganadores del premio Nobel, 22 Pulitzer, y numerosos MacArthur y Guggenheim. La universidad ofrece licenciaturas, maestrías y doctorados, y dirige 75 programas de estudios en el extranjero en más de 20 países. Sus ilustres pensadores, su excelencia en la enseñanza y su enfoque creativo e interdisciplinario para la solución de problemas, han convertido a esta universidad en una institución líder en el mundo en investigación.

QUESTROOM SCHOOL OF BUSINESS

Fundado en 1913, Questroom School of Business es líder en educación de gestión innovadora. Con más de 2.000 estudiantes y 1.200 candidatos de MBA y DBA, ha mantenido una sólida reputación por su capacidad de fusionar las artes, la ciencia y la tecnología en el mundo de los negocios. Su misión es educar para pensar en la organización como un todo interconectado, donde las decisiones de un área afectan los resultados de otra. Mediante la enseñanza colaborativa y el estudio de casos, los alumnos conocen el impacto de las decisiones, la importancia de las dinámicas de equipo para desarrollar un liderazgo eficaz y el rol de la tecnología para aprovechar y optimizar sus beneficios al interior de la organización.

{CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN}



Al finalizar el programa los participantes recibirán un certificado de participación emitido por Boston University.



El MBA ejecutivo de Boston University es N°1 en Nueva Inglaterra.
— Financial Times



SUSAN JUNG GRANT

Ph.D., Northwestern University

{EXPERIENCIA ACADÉMICA}

Susan Jung Grant es profesora e investigadora de la escuela de negocios de Boston University. Tiene 10 años de experiencia realizando clases en todos los niveles, desde pre grado a doctorado y educación ejecutiva. Sus áreas de interés son principalmente el procesamiento de la información por parte del consumidor, la persuasión, toma de decisiones del cliente.

{EXPERIENCIA LABORAL Y CONSULTORÍAS}

Ha trabajado con compañías innovadoras que han sido la base del aprendizaje de sus alumnos, logrando importantes alianzas académico-profesionales. Recientemente ha trabajado con ejecutivos senior de compañías como Puma, Bose, Uber, Stanley Black & Decker, Gillete, Kellogg, entre otros. En conjunto con lo académico, esta experiencia la ha llevado a crear múltiples casos de estudio utilizados por diferentes profesores para aplicar en sus programas.

{PUBLICACIONES Y PREMIOS}

Ha publicado en destacadas revistas especializadas como Journal of Consumer Research, Journal of Behavioral Finance and Economics y Journal of Marketing Research.

En 2011 obtuvo el premio MBA Education Distinction Award, otorgado por los alumnos.



Boston University es considerada N°5 a nivel mundial en programas cerrados de educación ejecutiva.
– Financial Times.

{DÍA 1}

LUNES 08 DE AGOSTO

8:30 a 9:00

REGISTRO

01
SESIÓN
9:00 a 11:00

PRIMEROS PASOS HACIA UNA EXPERIENCIA DE CLIENTE SUPERIOR

- Perspectivas de liderazgo en un crecimiento centrado en el cliente.
- La experiencia del cliente como una fuente de ventaja competitiva.
- Cómo evaluar las fortalezas y valores únicos de la compañía.
- Adopción del enfoque centrado en el consumidor.

11:00 a 11:30

COFFEE & NETWORKING BREAK

02
SESIÓN
11:30 a 13:00

EL MOMENTO DEL CAMBIO RADICAL

- Cómo identificar los obstáculos para adoptar la estrategia centrada en el cliente.
- Los límites del liderazgo del producto.
- A la búsqueda de críticas de clientes con mayor significado.
- Las oportunidades existentes en la segmentación y focalización.

13:00 a 14:10

NETWORKING LUNCH

03
SESIÓN
14:10 a 15:40

UN ENFOQUE CENTRADO EN EL CONSUMIDOR

- Claves de la estrategia de marketing centrada en el cliente.
- La importancia de la percepción del cliente en la toma de decisiones.

15:40 a 16:00

COFFEE & NETWORKING BREAK

04
SESIÓN
16:00 a 17:30

ABRIR UNA VENTANA A LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

- Profundo conocimiento de sistemas para conocer y envolver al consumidor.
- Marco teórico para la comprensión del ciclo de vida del cliente.
- Herramientas para lograr una conexión más profunda.

MARTES 09 DE AGOSTO

{DÍA 2}

REGISTRO

8:30 a 9:00

MÉTODOS QUE REVELAN LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR I

- Métodos y procedimientos para identificar oportunidades: etnografía, observación, críticas online, comunidades virtuales, redes sociales.
- Análisis e interpretación de datos clave para encontrar las verdades del cliente.
- Transformar los descubrimientos en acciones y aplicaciones.

05
SESIÓN
9:00 a 11:00

COFFEE & NETWORKING BREAK

11:00 a 11:30

MÉTODOS QUE REVELAN LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR II

- Identificación y evaluación de las estrategias de crecimiento centradas en el cliente.
- Alineación de las fortalezas de la compañía para entregar una experiencia de cliente que tenga en cuenta las oportunidades del mercado.
- Plan de oportunidades de innovación para crear una visión a corto, mediano y largo plazo.
- Planificación para las adaptaciones organizacionales para mejorar el proceso.

06
SESIÓN
11:30 a 13:00

NETWORKING LUNCH

13:00 a 14:10

DISEÑO DE ESTRATEGIAS ORIENTADAS AL CRECIMIENTO E INNOVACIÓN

- Cómo la experiencia del consumidor afecta el valor competitivo de la marca.
- Toma de decisiones basadas en rentabilidad, factibilidad y experiencia del cliente.

07
SESIÓN
14:10 a 15:40

COFFEE & NETWORKING BREAK

15:40 a 16:00

IMPLEMENTACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR SOBRESALIENTE

- Herramientas para una segmentación efectiva, focalización y posicionamiento para tus clientes y tu industria.
- Formas de definir la selección de clientes a los cuales tu organización puede entregar una experiencia de valor.
- Co-creación de la oferta de valor con tus consumidores.

08
SESIÓN
16:00 a 17:30



VIVA LA EXPERIENCIA DE BOSTON UNIVERSITY EN CHILE

08 Y 09 DE AGOSTO 2016 / HOTEL W, ISIDORA GOYENCHEA 3000, LAS CONDES, SANTIAGO.

VALOR INDIVIDUAL



47 UF

GRUPO CORPORATIVO

3 a 5 Ejecutivos



43 UF*

MESA CORPORATIVA

6 a más Ejecutivos



CONSULTA
POR VALORES
PREFERENCIALES

*Valor por persona para pase de tres a cinco ejecutivos.

Anulaciones : vía email hasta 5 días hábiles antes del inicio del seminario en caso contrario, se facturará el cupo respectivo.

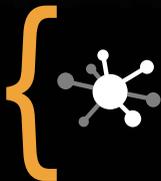


CONVIERTE TU EQUIPO DE TRABAJO EN UN HIGH PERFORMANCE TEAM

Optimiza el rendimiento de tus equipos organizacionales incentivando la participación del grupo completo en el programa. Esta dinámica fomenta un mejor trabajo en equipo, potencia los talentos, la motivación y relaciones interpersonales que se traducen en ventajas frente a la competencia.

Incrementa el ROI sobre tus iniciativas de actualización y perfeccionamiento ejecutivo.

INFÓRMATE DE LOS VALORES Y BENEFICIOS ESPECIALES PARA EQUIPOS DE 6 O MÁS EJECUTIVOS



Portal virtual exclusivo de apoyo al programa



El MBA ejecutivo de Boston University es N°1 en Nueva Inglaterra.
-Financial Times



Certificado de participación emitido por Boston University.

www.seminarium.com · ventas@seminarium.com · (562) 2430 6894