



EXECUTIVE  
TRAINING

# EXPERIENCIA DEL CLIENTE COMO ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

*Diseño estratégico para experiencias memorables.*

**24 - 25 AGO | BOGOTÁ**  
**27 - 28 AGO | CHILE**

## TEMÁTICA

Las compañías líderes en todos los mercados son conscientes de que la única ventaja competitiva verdaderamente sostenible es generar un vínculo emocional con los clientes.

La experiencia de cliente es una estrategia, y por tanto afecta a como toda la organización dispone de sus recursos para conseguir sus objetivos. Existe una apuesta clara de las empresas por avanzar en esta dirección, pero todavía hay un gap importante entre las intenciones y la capacidad para llevarlo a cabo.

Para ello, las empresas requieren de profesionales que conozcan las herramientas, metodologías, mejores prácticas y claves para implementar con éxito las estrategias de experiencia de cliente y lograr la lealtad de los consumidores.

## DIRIGIDO A

- Gerentes, jefes, profesionales y ejecutivos de experiencia de cliente, marketing, gestión de clientes, operaciones y canales, calidad, ventas y desarrollo de negocios.
- CEOs y Gerentes de PYMES.

## OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Comprender la estrategia de experiencia del cliente y adquirir un conocimiento estructurado que permita tangibilizar los conceptos en elementos gestionables.
- Aprender y adquirir un conocimiento práctico sobre las principales herramientas y metodologías de las estrategias en experiencia del cliente.
- Conocer las mejores prácticas y los casos de éxito de las compañías de referencia en experiencia de cliente a nivel global y en Iberoamérica.



PROFESOR  
CARLOS MOLINA



CERTIFICADO  
EMITIDO POR SEMINARIUM

## PROGRAMA

# EXPERIENCIA DEL CLIENTE COMO ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

DÍA 1		DÍA 2	
8:30 A 9:00	REGISTRO	8:30 A 9:00	REGISTRO
<b>SESIÓN 1</b> 9:00 A 11:00	<b>ESTRATEGIA EN LA EXPERIENCIA DE CLIENTE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Retos y tendencias de la gestión de clientes.</li><li>• Experiencia de cliente como estrategia de diferenciación.</li><li>• Principios de la experiencia de cliente.</li><li>• Construcción de la promesa de la experiencia.</li><li>• Modelo de gestión de la experiencia de cliente.</li><li>• El ecosistema de la Experiencia: El papel de cada área en la estrategia de Experiencia.</li><li>• Organización y despliegue de la estrategia.</li></ul>	<b>SESIÓN 5</b> 9:00 A 11:00	<b>MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y VOC</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseño de un Cuadro de Mando de la Experiencia.</li><li>• Indicadores clave de experiencia (NPS, BCX, Customer Effort).</li><li>• Modelo de Gestión de la Voz del Cliente.</li><li>• Estándares de servicio.</li><li>• Modelo de Economía de las Relaciones.</li></ul>
11:00 A 11:20		COFFEE & NETWORKING BREAK	
<b>SESIÓN 2</b> 11:20 A 13:00	<b>DIAGNÓSTICO DE LA EXPERIENCIA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Herramientas de investigación y comprensión del cliente.</li><li>• Arquetipos o User Persona.</li><li>• El Customer Journey como herramienta estratégica.</li><li>• Ejemplos y mejores prácticas de Customer Journeys.</li><li>• Identificación de los Momentos de la Verdad (MOTs)</li><li>• Atributos de diferenciación.</li><li>• Evaluación emocional de la relación.</li></ul>	<b>SESIÓN 6</b> 11:20 A 13:00	<b>ECONOMICS DE LA EXPERIENCIA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Principios de los modelos de Economics de la Experiencia.</li><li>• Ejemplos y casos inspiradores.</li><li>• ROI de la Experiencia.</li><li>• Diseñando el modelo de Economics.</li><li>• Aplicación del modelo a la gestión del negocio.</li></ul>
13:00 A 14:10		NETWORKING LUNCH	
<b>SESIÓN 3</b> 14:10 A 15:45	<b>DESIGN THINKING</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Segmentación de clientes y experiencias.</li><li>• Resolviendo el problema completo.</li><li>• Metodologías y herramientas para innovar en la experiencia.</li><li>• Design &amp; Visual Thinking.</li><li>• El lenguaje de la experiencia.</li><li>• Visualización del valor.</li></ul>	<b>SESIÓN 7</b> 14:10 A 15:45	<b>SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS CX</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• La importancia de la tecnología en la Experiencia del Cliente.</li><li>• Multicanalidad y gestión de interacciones con clientes.</li><li>• CRM &amp; Big Data Analytics.</li><li>• Innovación y Tendencias en Tecnologías de CX.</li></ul>
15:45 A 16:00		COFFEE & NETWORKING BREAK	
<b>SESIÓN 4</b> 16:00 A 17:30	<b>TALLER DE DISEÑO DE INTERACCIONES BASADO EN EMOCIONES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseño de la misión inspiradora.</li><li>• Análisis de la experiencia de empleado - Employee Journey.</li><li>• Selección, formación y desarrollo de empleados en el nuevo paradigma.</li><li>• Creación de una cultura de experiencias.</li><li>• Las barreras y objeciones que afectan al comportamiento.</li></ul>	<b>SESIÓN 8</b> 16:00 A 17:30	<b>EMPLOYEE EXPERIENCE &amp; CULTURA DE LA EXPERIENCIA</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseño de la misión inspiradora.</li><li>• Análisis de la experiencia de empleado - Employee Journey.</li><li>• Selección, formación y desarrollo de empleados en el nuevo paradigma.</li><li>• Creación de una cultura de experiencias.</li><li>• Las barreras y objeciones que afectan al comportamiento.</li></ul>