

CUSTOMER XPERIENCE

UNA EXPERIENCIA ÚNICA, UNA MARCA QUE SEGUIR

Esta comunidad de aprendizaje junta a **Don Peppers**, uno de los **pioneros en experiencia de cliente** más influyentes a nivel mundial, con ejecutivos latinoamericanos. A través de este programa, los usuarios aprenderán a integrar el modelo de *customer experience* más enseñado en programas postgrado de marketing en EE.UU.: IDIC (Identificar- Diferenciar- Interactuar- Customizar), utilizando las últimas herramientas digitales. Esta guía comprensiva le entrega todas las herramientas que necesita para poder entender quiénes son sus clientes, cómo aportan valor a su organización y cómo generar valor para ellos. Luego, le muestra cómo diseñar e implementar estrategias omnicanales para generar las relaciones significativas de largo plazo que su negocio necesita para crecer.



DON PEPPERS

PROFESOR EXPERTO

- Futurista e identificador de tendencias.
- Uno de los líderes del *customer experience* más influyentes a nivel mundial (Sat Metrix- LinkedIn).
- Top 50 Business Brain (Times of London).
- Autor best-seller de 9 libros.
- Consultor estratégico para muchas empresas Top 500.
- Su primer libro *The One to One Future* fue lo que impulsó el movimiento global de CRM que revolucionó la manera en que se hace marketing de hoy.
- Magíster de Princeton University.

UNA EXPERIENCIA ÚNICA. UNA MARCA QUE SEGUIR

“EN VEZ DE BUSCAR CLIENTES PARA SUS PRODUCTOS, LAS EMPRESAS DEBEN BUSCAR PRODUCTOS PARA SUS CLIENTES.”

- DON PEPPERS.

El modelo IDIC provee la base que las empresas necesitan para optimizar su ROC® (Return on Client - Retorno sobre el cliente), es decir medir con exactitud la eficiencia con la cual se genera valor a través de sus clientes, durante toda su vida con la compañía. Son estos tipos de métricas financieras y cliente-céntricas las que permiten aumentar tanto el valor de la empresa hacia sus clientes, como el valor de los clientes para la empresa.

OBJETIVOS DEL CURSO

- Definir el concepto “cliente-céntrico” y visualizar su aplicación en su negocio.
- Mapificar sus customer journeys para identificar y diferenciar sus clientes, con respecto a lo que contribuyen a su empresa y lo que necesitan de su empresa.
- Obtener herramientas para interactuar y customizar la experiencia con el cliente, con respecto a: omnicanalidad, cómo descubrir quejas e identificar su valor, cómo generar relaciones de aprendizaje que aseguren la lealtad.
- Identificar distintos tipos de customización y cómo incluirlos en la experiencia de cliente en su negocio.
- Reconocer la importancia de la confianza en la relación con el cliente.
 - Identificar los estándares para la transparencia.
 - Descubrir los intereses del cliente y su negocio, e identificar dónde se cruzan.
 - Cómo usar la confianza para aprovechar la disrupción tecnológica.
 - Descubrir cómo enfrentar a clientes complejos.
 - Cómo influenciar a través de RR.SS.

ESQUEMA DEL PROGRAMA

MÓDULO 1

> ¿Qué significa ser “cliente-céntrico”?

- Cuota de cliente vs. cuota del mercado.
- Introducción del modelo IDIC.
- Obstáculos y dificultades en la transformación centrada en el cliente.
- Beneficios de la gestión de CRM.
- Casos de estudio: Barnes & Noble vs. Amazon.

MÓDULO 2

> La etapa “insights” de la experiencia del cliente.

- Qué es “identificación” de clientes y por qué se hace.
- Las tareas en el proceso de identificar a los clientes.
- Cómo entender, analizar y rentabilizar las diferencias individuales entre clientes.
- Cómo priorizar los esfuerzos competitivos según el valor del cliente.
- Cómo definir las necesidades de los clientes.
- La evolución de los programas de fidelización.

MÓDULO 3

> La etapa operacional de la experiencia del cliente.

- Diálogos productivos con clientes: requerimientos tecnológicos para la omnicanalidad; cómo llevar el diálogo online a un *contact center*; usarlos para generar reputación corporativa positiva que fidelice a los clientes.
- El valor de los reclamos y cómo usarlos para profundizar su conocimiento sobre el cliente y agregar puntos de data sobre los productos y servicios de la empresa.
- Tipos de customización y su masificación.
- Cómo entregar una experiencia de cliente sin fricción.
- Cómo generar relaciones de aprendizaje que mantenga a sus clientes leales de por vida.

MÓDULO 4

> El beneficio mutuo de la confianza

- Nuevos estándares para un mundo más transparente.
- El costo de la desconfianza.
- Técnicas y buenas prácticas para establecer relaciones de confianza con sus clientes.
- Cómo aprovechar la confianza para enfrentar las disrupciones tecnológicas.
- La confianza tradicional vs. la confianza estratégica.
- Cómo usar los medios sociales para influir sobre los influenciadores.

UNA EXPERIENCIA ÚNICA, UNA MARCA QUE SEGUIR

MODALIDAD DE ESTUDIO:
100% ONLINE

METODOLOGÍA

- Contenidos cortos y accesibles desde cualquier dispositivo.
- Cada unidad termina en una guía de implementación y planificación para integrar los conceptos.
- Casos de estudio: Conocer buenas prácticas del mundo en cuánto a la experiencia del consumidor.
- 100% en español.

Preguntas de reflexión al final de los contenidos los guía a dimensionar la aplicabilidad de los conceptos para la realidad de su organización.

Comunidad de aprendizaje, acceda a contenidos exclusivos sobre la experiencia de sus compañeros.

Plataforma y contenidos customizables para grupos corporativos.

MODALIDAD
100% ONLINE

40 HORAS DE ESTUDIO CON CONTENIDOS ORIGINALES MULTIMEDIA:

- Checkpoints de comprensión de materiales, ejercicios de aplicación y evaluación final en línea.
- **100% en español** y apto para uso en todo tipo de dispositivo.
- Certificado emitido por Seminarium.
- **Add-ons premium** para grupos corporativos incluyen eventos customizados con el experto (traducción simultánea), sitio con co-branding, casos de estudio y evaluaciones customizados para su empresa, y más!

VALORES

ALUMNOS	USD
1-2	800
3-9	680
10-19	640
20-49	560
50-99	480
100-499	400
500+	320

REQUISITOS DE APROBACIÓN

- > Obtener al menos un **70% de acierto** en los contenidos core del curso.
- > **Responder 60%** de las preguntas abiertas.
- > **Postear al menos 3** veces en la comunidad y **comentar al menos 3 reflexiones** de sus compañeros.
- > Comprobar conexión por al menos **40% de las horas** totales del curso (solamente para alumnos SENCE)

CONTÁCTENOS!

ventas@seminarium.com
Tel: [562] 2430 6841
www.seminarium.com

WORLD CLASS
CONTENT AT YOUR FINGERTIPS