

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

IMPLEMENTAR Y GESTIONAR UNA ESTRATEGIA COMPLETA
DE CUSTOMER EXPERIENCE



FECHA DE INICIO

**13 DE OCTUBRE
2021**

**EXECUTIVE
TRAINING**



FECHAS

13, 15, 18 Y 19 DE OCTUBRE 2021

TEMÁTICA

Si te apasionan los clientes y quieres aprender a diseñar y gestionar las emociones que las marcas generan en ellos, te esperamos con el programa más completo para desarrollar a los profesionales que estarán liderando estas estrategias en las empresas más exitosas de todos los sectores en los próximos años.

La *Experiencia de Cliente* no es sólo una tarea de marketing. Es una estrategia completa y por lo tanto aborda a cómo 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 vacío importante entre las intenciones y la capacidad para llevarlo a cabo.

Para ello, las empresas requieren de profesionales cualificados 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.

Este programa tiene un enfoque integral sobre la gestión de la experiencia de cliente, cubriendo todos los aspectos para una visión completa sobre la estrategia.

DIRIGIDO A

- Responsables de experiencia de cliente, de marketing, de gestión de clientes.
- Responsables de operaciones y canales, de calidad, servicio de cliente.
- Responsables de ventas y desarrollo de negocio, desarrollo de servicios.
- Responsables de post-venta, fidelización, servicio técnico.

OBJETIVOS

- Aterrizar la gestión de la experiencia a un modelo estructurado.
- Identificar oportunidades para innovar y las principales metodologías de diseño.
- Generar una experiencia omnicanal en todos los puntos de contacto.
- Aprender a diseñar interacciones que generen un impacto emocional en el cliente.
- Conocer los principales indicadores de experiencia y cómo implementar un programa avanzado de voz del cliente.
- Analizar el impacto de la experiencia en el negocio y cómo calcular el ROI.



**CERTIFICADO EMITIDO POR
SEMINARIUM INTERNACIONAL**
Se solicitará un 75% de asistencia para recibir el certificado.

PROGRAMA

DURACIÓN DEL PROGRAMA: 12 HORAS

4 SESIONES: 2 MÓDULOS DE 90 MINUTOS POR SESIÓN

SESIÓN 1 MIÉRCOLES 13 DE OCTUBRE	ESTRATEGIA EN LA EXPERIENCIA DE CLIENTE	• Retos y tendencias de la gestión de clientes. • Experiencia de cliente como estrategia de diferenciación. • Principios de la experiencia de cliente. • Construcción de la promesa de la experiencia. • Modelo de gestión de la experiencia de cliente. • Herramientas: <i>Customer Experience Framework</i>. • Caso: American Express.
	SEGMENTACIÓN EMOCIONAL DE LOS CLIENTES: <i>USER & BUYER PERSONA</i>	• Herramientas de investigación y comprensión del cliente. • Arquetipos o <i>user persona</i>. • Desarrollo y aplicación de los arquetipos de cliente. • Herramientas: mapa de empatía, <i>buyer persona</i>. • Actividad: dinámica de construcción de un <i>buyer persona</i>.
SESIÓN 2 VIERNES 15 DE OCTUBRE	COMPRENSIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE: <i>CUSTOMER JOURNEY MAPPING</i>	• <i>Customer journey</i> como herramienta estratégica. • Ejemplos y mejores prácticas de <i>customer journeys</i>. • Identificación de los “momentos de la verdad” (MOTs). • Actividad: dinámica de desarrollo de un <i>customer journey</i>.
	INNOVACIÓN Y DISEÑO DE EXPERIENCIAS: <i>DESIGN THINKING</i>	• Diseñar el producto vs. diseñar la experiencia. • Resolviendo el problema completo. • Metodologías y herramientas para innovar en la experiencia. • <i>Design & visual thinking</i>. • Actividad: dinámica de diseño centrado en la persona.
SESIÓN 3 LUNES 18 DE OCTUBRE	TALLER DE DISEÑO DE INTERACCIONES BASADO EN EMOCIONES	• Principios de diseño de interacciones basados en emociones. • Ejemplos y casos inspiradores. • Técnicas para modificar las emociones en la interacción. • Rediseño de interacciones basado en emociones. • Actividad: dinámica de diseño de interacciones basado en emociones.
	GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA OMNISCANAL	• Evolución de los modelos de relación con clientes. • Mapeo de la experiencia multicanal. • Integrar la experiencia en todos los puntos de contacto. • Soluciones de <i>customer interaction management</i>. • Actividad: metodología de <i>Service Blueprint</i>.

PROGRAMA
DURACIÓN DEL PROGRAMA: 12 HORAS
4 SESIONES: 2 MÓDULOS DE 90 MINUTOS POR SESIÓN

SESIÓN 4
MARTES
19 DE OCTUBRE

**MEDICIÓN DE LA
EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y
VOC**

- Diseño de un cuadro de mando de la experiencia.
- Indicadores clave de experiencia (NPS, BCX, Customer Effort).
- Modelo de gestión de la voz del cliente (VoC).
- Soluciones para implementar y gestionar un programa VoC.
- **Actividad: diseño de un modelo de economía de las relaciones.**

***EMPLOYEE EXPERIENCE*
& CULTURA DE LA
EXPERIENCIA**

- Los empleados como generadores de experiencias.
- Diseño de la misión inspiradora.
- Análisis de la experiencia de empleado - employee journey.
- Selección, formación y desarrollo de empleados en el nuevo paradigma.
- Modelo de organización de la experiencia.
- Roles y responsabilidades.
- Herramientas: Culture Canvas, Antrophologist Game, Culture Crash.
- **Actividad: mapa de cultura**

	HORARIOS			
	CENTROAMÉRICA GTM-6	COL MÉX GTM-5	BOL VEN GTM-4	CHI ARG GTM-3
MÓDULO 1	7:30 - 9:00	8:30 - 10:00	9:30 - 11:00	10:30-12:00
BREAK	9:00 - 9:30	10:00 - 10:30	11:00 - 11:30	12:00 - 12:30
MÓDULO 2	9:30 - 11:00	10:30 - 12:00	11:30 - 13:00	12:30 - 14:00

PROGRAMA SUJETO A CAMBIOS



CARLOS MOLINA

CONSULTOR

RESEÑA

- Experto certificado en customer experience por Strativity Group (NJ, 2008).
- Su trayectoria profesional lleva más de 20 años vinculada a las estrategias de gestión de clientes, formando parte del equipo de IZO, consultora española líder en experiencia de cliente con presencia en España y Latinoamérica.
- A lo largo de su carrera profesional, Carlos ha colaborado con grandes empresas para mejorar la experiencia de clientes de muy diversos sectores: American Express, Banorte, Movistar, Sage, Seguros Bolívar, Sky, Vodafone y Walmart; lo que le ha permitido adquirir una amplia visión sobre la creación, gestión, medición y transformación de las interacciones y la experiencia del cliente.
- En la actualidad, es vice-presidente corporativo de experience & digital en IZO. Carlos es además co-autor del libro The Customer Experience, exponente habitual en eventos internacionales y director de los programas de customer experience en ESIC Business School.



PROGRAMAS IN - COMPANY

OFRECEMOS ESTE CURSO CERRADO PARA TU EQUIPO

Nuestros programas In-Company se adaptan a las necesidades de desarrollo de personas y equipos pertenecientes a todas las áreas funcionales de la organización.

Nuestra amplia red de consultores y speakers nos permite diseñar programas flexibles, en formato 100% online, de acuerdo a las necesidades e intereses particulares de cada organización e industria.

*Desarrollemos en conjunto los mejores programas
para ti y tu empresa.*

INFORMACIÓN GENERAL

SESIONES

SESIÓN 1: MIÉRCOLES 13 DE OCTUBRE

SESIÓN 2: VIERNES 15 DE OCTUBRE

SESIÓN 3: LUNES 18 DE OCTUBRE

SESIÓN 4: MARTES 19 DE OCTUBRE

VALORES

PRECIO ESPECIAL

Facturación hasta el
21 de Septiembre

USD **\$395*** PASE
INDIVIDUAL

USD **\$355*** GRUPO
(Mínimo 3 personas)

PRECIO NORMAL

Facturación desde el
22 de Septiembre

USD **\$450*** PASE
INDIVIDUAL

USD **\$390*** GRUPO
(Mínimo 3 personas)

* PRECIOS INDIVIDUALES MOSTRADOS SIN IVA*

CONSULTA A TU EJECUTIVA/O DE VENTAS POR VALORES EN TU MONEDA LOCAL
Y BENEFICIOS PARA GRUPOS DE MÁS DE 6 PERSONAS

CORPORATE SPONSOR:



Optimiza el rendimiento de tus equipos organizacionales incentivando la participación del grupo completo en el programa.

CHILE



COLOMBIA



MÉXICO



OTROS PAÍSES

