

DIPLOMADO EN CUSTOMER EXPERIENCE

Justificación:

A medida que las expectativas de los clientes van creciendo y evolucionando hacen demandas cada vez más exigentes, quieren ser permanentemente sorprendidos (experiencias wow) y esperan respuestas en tiempo real, al mismo tiempo que, las economías e industrias van madurando y aumenta la oferta. Se hace entonces cada vez más evidente que la experiencia del cliente emerge como el mayor desafío y la principal oportunidad de ventaja competitiva y de lograr una estrategia diferenciadora y sostenible para las organizaciones de hoy en día.

Lograr el preciado vínculo emocional con los clientes es la mayor capacidad estratégica realmente sostenible, para sobrevivir en un mercado de necesidades y condiciones cambiantes en este mundo VUCA actual.

El diseño y gestión de la experiencia cliente y del servicio, requiere profesionales habilitados para un profundo conocimiento de sus necesidades y expectativas, alcanzar una buena comprensión de su propuesta de valor, ser capaces de alinearlas a estas necesidades de clientes y a la organización, contar con herramientas y metodologías para implementar con éxito y entregar efectivamente la promesa que hacen a sus clientes.

Resultados de aprendizaje:

- Definir los arquetipos de clientes relevantes para su organización
- Definir una propuesta de valor o revisar y ajustar la actual en su organización
- Mapear el viaje del cliente dentro de su empresa
- Mapear las relaciones claves entre áreas front y back
- Proponer métricas o kpi's relevantes para su organización
- Comprender lo que dicen y experimentan los clientes de su organización y los empleados en roles claves dentro de la CX (PEC, etc)
- Proponer mejoras en la medición de la experiencia y de los procesos claves en CX
- Evaluar la pertinencia y alineamiento de los procesos, estructura y roles de su organización para producir (servuccionar) la experiencia y promesa de valor que hacen a sus clientes
- Establecer el nivel de madurez actual de su organización en relación a CX y proponer iniciativas para avanzar en el desafío customer centricity
- Diseñar y participar en proyectos que tengan como objetivo profesionalizar o potenciar la CX en su organización

Metodología

- Exposiciones de los facilitadores e invitados
- Discusión de casos
- Trabajo grupal de aplicación en una empresa real
- Tareas a realizar en base a su propia organización
- Ejercicios prácticos
- Lecturas
- Trabajo con paradigmas/creencias, corporalidad y emocionalidad, mediante Mindfulness,
- Coaching y Biodanza.

Dirigido a

Este programa de diplomado está dirigido a ejecutivos y profesionales en áreas de experiencia cliente, marketing, operaciones y servicio, ventas, desarrollo organizacional, calidad, gestión de personas, experiencia de usuario, transformación digital, gestión del cambio, jefaturas de equipos en las zonas de contacto (ventas, servicio, posventa, call center, etc), emprendedores y cualquier profesional y área cuyo rol deba conducirse hacia el cuidado y desarrollo de la Experiencia de Clientes y Colaboradores.

Contenido

Introducción a la Experiencia de Cliente (CX)

- Por qué Experiencia de Clientes
- Evolución de los clientes y de la relación con estos, a través del tiempo
- Concepto y fundamentos de CX
- CX y Estrategia
- CX y Cultura Organizacional
- CX y Experiencia del Empleado
- Niveles de madurez en CX
- Desafío y etapas hacia la profesionalización de CX
- Qué hacen los campeones en CX (mejores prácticas)
- Tendencias y desafíos futuros

Propuesta de valor y CX

- Valores y atributos de una marca
- Concepto de propuesta de valor
- Creación de Valor, diferenciación y valor único
- El output y el outcome del servicio
- Promesas de Valor y de Experiencia
- Experiencia usuario en productos y servicios

Comprendiendo a los Clientes, su experiencia y rol en el servicio

- Concepto de cliente y paradigmas asociados
- Arquetipos de clientes
- Rol del cliente en el servicio / habilitación
- Qué hacen los clientes satisfechos y los insatisfechos
- Mapa de empatía
- Segmentación vincular
- Emocionalidad en CX

Mapa de Viaje del Cliente (Customer Journey Map)

- El ciclo de servicio y CX
- Encuentros de Servicio / Momentos de Verdad / Touchpoints
- La experiencia de uso del producto o servicio fuera de la zona de contacto
- Impacto del contacto con otros clientes sobre la experiencia de servicio
- Evidencia física / emocional
- JM en emprendimientos
- CX en servicios de salud
- CX en hotelería y gastronomía
- CX en turismo
- CX en retail

Implementación de la experiencia y el servicio

- Servicio versus Producción
- Blueprint
- Facilitación del valor
- Gestión del rol del cliente
- Procesos en puntos de contacto
- Procesos internos / Back Office
- BSC para CX: Kpis de la relación con el cliente, en el front y back

Contenido

Organización y prácticas para la CX

- Tipos de organización
- La organización centrada en el cliente
- Pirámide Invertida
- Relevancia del Personal en Contacto
- Gestión basada en promesas / relaciones cliente-proveedor interno
- Procesos y gestión del valor
- Prácticas organizacionales de una organización centrada en los clientes
- Competencias claves para crear valor al cliente
- CX como un eje transversal a toda la organización
- Gobernanza de la CX
- La unidad organizativa de CX: misión, estructura, roles y procesos

CX y Cultura Organizacional

- Modelo Customer Centricity
- Herramientas de medición
- Herramientas de rediseño, fortalecimiento y transformación cultural
- Rol de los líderes en la transformación cultural

Experiencia Empleado y alineamiento con CX

- El modelo Experiencia Empleado
- Relación CX y Experiencia Empleado
- Rol de los líderes
- Rol del área de talento humano
- Employee Journey Map
- Medición de la Experiencia Empleado
- Fortalecimiento o Mejora de la Experiencia Empleado
- La experiencia de los colaboradores externos: proveedores, contratistas, distribuidores

Medición del Servicio y de la Experiencia

- Medir el servicio v/s la experiencia
- Modelo de brechas / Parasuramán
- Herramientas de medición cuantitativa y cualitativa
- Gestión de brechas
- Gestión de la experiencia, satisfacción y rotación de clientes

Gestión y mejora del servicio

- Indicadores claves
- Procesos de aseguramiento del servicio y experiencia
- Recuperación del servicio
- Atención de quejas y reclamos

Contenido

Sesión La CX en mi organización

- Presentaciones de trabajos en organizaciones de los participantes del programa
- Diagnóstico
- Diseño de un piloto
- Implementación
- Medición
- Plan de mejora

Taller de Integración

- Síntesis, integración y conclusiones de lo aprendido
- Diseño de mi proyecto organizacional y profesional/individual para aplicar lo aprendido
- Conclusiones y cierre del programa

Expertos facilitadores



Steban

Rodríguez

Sánchez

Consultor, Coach, Conferencista y Académico chileno-español, con más de 30 años de experiencia y proyectos de alcance internacional y alta complejidad. Es además empresario y director de empresas en Chile y Colombia.

Ha sido profesor de posgrado y de especializaciones en más de 12 Universidades, de Chile, Colombia y España.

Es Fundador y CEO de WorldClass Consulting y de Instituto BienSer

DIPLOMADO EN CUSTOMER EXPERIENCE

Mayor información

cec@uninorte.edu.co

@cecuninorte

Teléfonos: 3509509

ext. **3800**

