

Programa
Superior de

Customer Experience Management

PSCEM



*Gestiona la experiencia
del cliente con tu marca*

Dirige y gestiona la experiencia del cliente en todos los momentos de la verdad dentro de la relación con la marca

Dirigido a...

Profesionales que asuman responsabilidades o quieran dirigir su carrera hacia la gestión de las Experiencias del Cliente:

► Responsables de Experiencia de Cliente

► Responsables de Gestión de Clientes

► Responsables de Operaciones y Canales

► Responsables de Calidad

► Responsables de Ventas y Desarrollo de Negocio

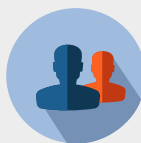
► Responsables de Marketing

► Gerentes de Pymes

Objetivos



Conocer la **estrategia y la estructura organizacional** de las compañías orientadas a la experiencia de cliente



Aprender las **herramientas** necesarias para diseñar el user persona/ arquetipos



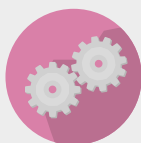
Diseñar y utilizar el **customer journey** para el diagnóstico e innovación de la experiencia enfocado al customer experience



Profundizar en las **herramientas de design thinking** para pensar de forma diferente y lograr resultados absolutamente espectaculares



Aplicar el **neuromarketing y economía conductual** para mejorar la toma de decisiones



Conocer las **herramientas y metodologías** para aplicar las emociones al rediseño de las interacciones con los clientes



Diseñar un **modelo de medición y gestión** para alinear la estrategia de la experiencia con los resultados económicos de la compañía



Gestionar la **experiencia de empleados y cultura organizacional**



Definir el **modelo de Governance** para la operacionalización de la experiencia del cliente en la organización



Analizar el **impacto de las experiencias del cliente** en los resultados económicos de la compañía y el ROI de la experiencia

Convierte la **experiencia del cliente** en tu ventaja competitiva

¿Por qué experiencia de cliente? 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**. Para ello, las empresas requieren de profesionales cualificados que conozcan las claves para implementar con **éxito las estrategias de experiencia de cliente**.

Con una duración de 3 meses con el Programa Superior de Customer Experience Management

aprenderás a gestionar la experiencia de un modelo estructurado a través de un **aprendizaje práctico** mediante workshops específicos. Las sesiones serán impartidas por responsables de experiencia de cliente de compañías finales, que comparten su visión desde la **experiencia real** en la implementación de las herramientas.

Además, contarás con **Experience Safari**: tours donde visualizar la aplicación de las estrategias de experiencia de cliente en vivo.



“ Este programa se enfoca completamente en aprender de forma práctica a aplicar los conceptos más avanzados de diagnóstico, diseño y transformación de las organizaciones vinculado a las emociones. Para ello se han incorporado las principales herramientas y metodologías de gestión del Customer Experience y el Employee Experience. ”

Carlos Molina

Director del Programa, VP Innovación & Consultoría de IZO.

¿Quieres conocer la experiencia de nuestros alumnos?

Accede a nuestro canal de YouTube



El profesorado de ICEMD, el Instituto de la Economía Digital de ESIC, está compuesto por más de 500 reputados profesionales en su ámbito, que trabajan y lideran día a día las disciplinas que imparten.

Algunos componentes del claustro del PSCEM

Ignacio del Corro	Director General, WON - Grupo Quinteam
Xavier Escales	Country Manager de Asics
Virginia Fernández-Cueto	Co-founder de The Customer Spirit
Pablo Fiestas	Director de Consultoría Customer Experience de IZO
Sergio Jiménez	Gamification Model Canvas de Aiwin.es
Sara López	Directora España de Userzoom & Xperience
Jorge Martínez	Head of Brand Customer Experience del Grupo Santander
Maurien Martínez	Directora de IZO
Carlos Molina	VP Innovación & Consultoría de IZO
Lourdes Rodríguez	CEO de Coolhunting Community
Tomasz Smardzewski	Partner de Diga33! #ExperienceFighters
Nacho Torre	Secretario Técnico del CEO - Jefe de Innovación y Experiencia de Cliente de Ibercaja
Miguel Udaondo	Presidente de AEC

Claustro sujeto a posibles modificaciones.

1 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
- El ecosistema de la experiencia: el papel de cada área en la estrategia de experiencia
- Organización y despliegue de la estrategia

2 Diagnóstico de la experiencia

- Punto de partida: experiencia percibida, ¿ruta de éxito o fracaso?
- Identificación de procesos de mejora sobre los que realizar la innovación
- Análisis y mapeo de los puntos de contacto de los procesos objetivo de mejora
- Introducción al customer journey del cliente
- Identificación de los momentos de la verdad (MOTs)
- Evaluación emocional de la relación

3 Taller arquetipos / buyer persona

- Principios de diseño del buyer/user persona
- Ejemplos y casos inspiradores
- Pasos para construir el buyer/user persona
- Desarrollo de arquetipos
- Explotar el buyer/user persona

4 Brand experience design

- La experiencia con la marca
- Lovemarks, generando vinculación emocional
- CEM y alineamiento con la marca
- Promesa de experiencia
- Estrategia de océanos azules
- La comunicación & storytelling

5 Product experience design

- Diseñar el producto vs diseñar la experiencia
- Características, beneficios, experiencias
- Diseño de productos vinculados a comportamientos
- Tendencias en innovación en productos
- El packaging y la experiencia del usuario
- Segmentación del producto y personalización

6 Taller customer journeys

- Principios de diseño del customer journey
- Ejemplos y casos inspiradores
- Pasos para construir el customer journey
- Desarrollo del customer journey
- Análisis y utilización del customer journey

7 Digital experience

- Comprendiendo al consumidor digital
- Herramientas de diagnóstico de la experiencia digital
- Conceptos y técnicas clave de diseño de la experiencia de usuario
- Metodologías ágiles de desarrollo
- Casos de éxito de experiencia de usuario

8 Service experience design

- Contexto e historia del diseño de servicios
- Características del service design
- Metodología de service design – service blueprint
- Aplicaciones prácticas del service design

9 Shopping Experience: la experiencia presencial

- La transformación del retail
- La experiencia en el momento de la compra
- Los sentidos como complemento a la experiencia
- Marketing experiencial
- Mejores prácticas de experiencias en el punto de venta

10 Design thinking

- Segmentación de clientes y experiencias
- Resolviendo el problema completo
- Metodologías y herramientas para innovar en la experiencia
- Design & visual thinking
- El lenguaje de la experiencia
- Visualización del valor

11 Neuromarketing y Economía Conductual

- Principios de la economía conductual
- Ecuaciones emocionales
- Neuromarketing, conceptos fundamentales
- Comportamientos vinculados a emociones
- Los sentidos y el marketing sensorial
- Métricas y herramientas para medir emociones
- Aplicaciones a la experiencia del cliente

12 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

13 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
- Estándares de servicio
- Modelo de economía de las relaciones

14 Sistemas y tecnologías CX

- La importancia de la tecnología en la experiencia del cliente
- Multicanalidad y gestión de interacciones con clientes
- CRM & big data analytics
- Innovación y tendencias en tecnologías de CX

15 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
- Creación de una cultura de experiencias
- Las barreras y objeciones que afectan al comportamiento

16 Empatía y PNL aplicada a la experiencia de cliente

- La importancia de las emociones
- El manejo de las emociones
- El arte de influir sobre los demás
- Aplicación de los principios de PNL a la gestión de experiencias
- Asertividad y empatía

17 Gamificación para clientes y empleados

- Introducción a la gamificación
- Lean game design
- Diseñando retos para la experiencia del cliente
- Identificación y análisis de jugadores
- Dinámicas de juego y factores motivacionales

18 Taller de economics de la experiencia

- Principios de los modelos de economics de la experiencia
- Ejemplos y casos inspiradores
- ROI de la experiencia
- Diseñando el modelo de economics
- Aplicación del modelo a la gestión del negocio

19 Tendencias y coolhunting aplicado a la experiencia

- Conceptos fundamentales de coolhunting
- Metodología de trabajo de un coolhunter
- Herramientas de trabajo para la identificación de tendencias
- Diseño de un sistema de coolhunting
- Aplicación del sistema de coolhunting a la experiencia del cliente

20 Governance y transformación de la experiencia (frameworks CEM)

- Creación de la “plataforma” de la experiencia
- Principales frameworks CEM
- Modelo de organización de la experiencia
- Roles y responsabilidades
- Governance y modelo de gestión
- Aprendiendo de los errores
- Factores clave de éxito (check list de la experiencia)

21 Safari trends

Cómo se estudia en ICEMD



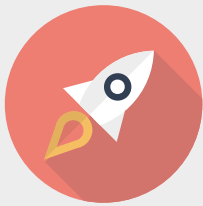
Aula Virtual

Plataforma online para comunicarse con profesores y compañeros, acceder a documentación y recursos (videos, e-books, bibliografía, links, etc.), y reunirse de forma virtual gracias a nuestra herramienta web conference.



Sesiones de valor añadido

Durante el programa los alumnos tendrán acceso a masterclasses, encuentros de emprendedores ICEMD, jornadas profesionales...



Proyecto de marca real

Durante el programa los alumnos realizarán en grupo un proyecto basado en un caso real, que se presentará ante un tribunal.



Documentación de estudio

Cada sesión tendrá sus propios e-books a disposición del asistente, con documentación detallada sobre las distintas materias planteadas durante el mismo.



Experience Safari

A lo largo del programa se organizan tours donde visualizar la aplicación de las estrategias de experiencia de cliente en vivo para que alumno pueda vivirlo en primera persona.

Duración

120 horas

Lugar

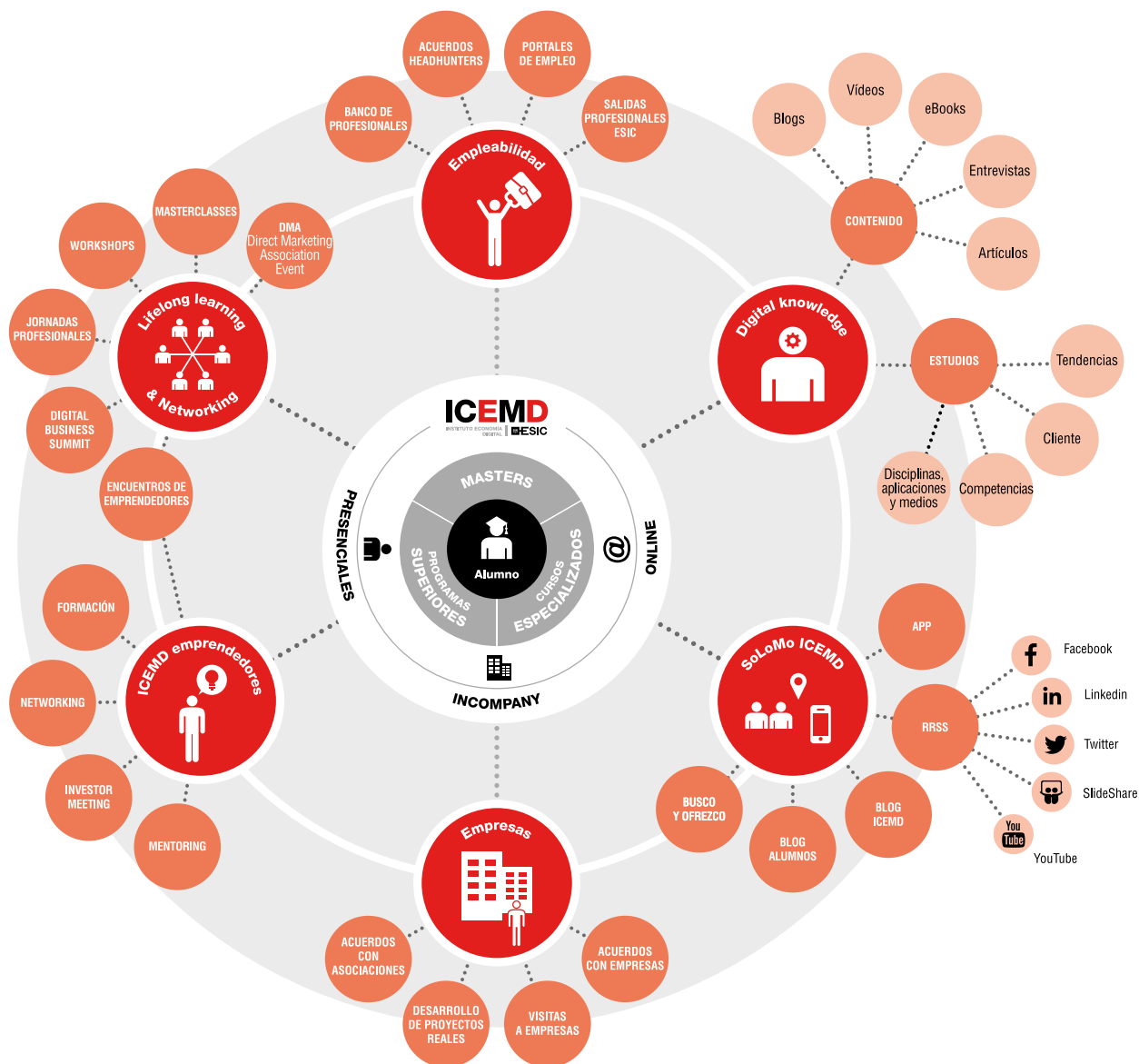
ICEMD - ESIC

Titulación

Diploma Programa Superior de Customer Experience Management



Ecosistema ICEMD



+ de 20 años impartiendo formación en las disciplinas de la Economía Digital



Banco de Profesionales: **+ de 5.200** miembros



+ de 9.000 alumnos formados en marketing relacional, directo y digital



+ de 500 reputados profesionales en su ámbito componen el profesorado



Empleabilidad

La plataforma del **Banco de Profesionales** garantiza una conexión constante entre los más de **5.200 miembros** que la integran (alumnos y ex alumnos) y las **organizaciones** que demandan perfiles profesionales especializados en las disciplinas de la Economía Digital.



Lifelong learning & Networking

Formación continua y **networking** a través de múltiples actividades que contribuyen al **desarrollo profesional** y **competitivo** de actuales y futuros profesionales de la Economía Digital.



Digital knowledge

Donde y cuando quieras. El **contenido** más relevante, los **estudios** y las **últimas tendencias** de la Economía Digital en múltiples soportes.



ICEMD emprendedores

El Instituto ofrece apoyo al **emprendimiento empresarial** promoviendo e impulsando **actividades específicas** dirigidas a perfiles de emprendedores dentro del marco de la Economía Digital.



SoLoMo ICEMD

Cada día más **Social, Local y Móvil**. Compromiso del Instituto con los miembros de la comunidad ICEMD.



Empresas

Integración del mundo empresarial en la formación y experiencia del alumno. Desarrollo de proyectos reales en nuestros programas, con la **implicación directa** de las principales empresas de cada sector.

MADRID

902 918 912
admisiones@icemd.com

BARCELONA

93 414 44 44
info@ismarketing.com

VALENCIA

96 339 02 31
info.valencia@esic.edu

NAVARRA

948 29 01 55
info.pamplona@esic.edu

ZARAGOZA

976 35 07 14
info.zaragoza@esic.edu

SEVILLA

95 446 00 03
info.sevilla@esic.edu

BILBAO

94 470 24 86
formacion@camarabilbao.com

MÁLAGA

95 202 03 69
info.malaga@esic.edu

GRANADA

958 22 29 14
master@esgerencia.com

ESICEM

icemd



Esic

@icemd



@EsicEducation

linkd.in/ICEMD



tinyurl.com/ESIC-Linkedin

CanalICEMD



ESICmarketing

icemd



+EsicEs

#icemd



esiceducation

www.esic.edu
www.icemd.com

ICEMD
INSTITUTO ECONOMÍA
DIGITAL | **ESIC**

ESIC
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

REGÍSTRATE EN ICEMD



Edición 4. 11/2016



Condiciones y promociones especiales en programas de formación.



Lifelong learning & Networking.
+ 100 eventos al año.
+ 100 expertos líderes de la Economía Digital.
+ 4.000 asistentes al año.



Acceso a más de 200 artículos, entrevistas, casos...