

CURSOS ESPECIALIZADOS

# Customer Experience Management

Aprende a dirigir y gestionar la  
Experiencia del Cliente en todos  
sus **Momentos de la Verdad**  
dentro de la relación con la marca

**ICEMD**  
INSTITUTO ECONOMÍA  
DIGITAL | **HESIC**

 **HESIC**  
BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Impulsamos tus desafíos

## PRESENTACIÓN

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

Hoy en día, los consumidores quieren que, al realizar una compra, se cubran sus necesidades básicas, pero, además, esperan de las marcas que superen sus expectativas en todo el proceso de compra, mejorando su experiencia. Con este curso especializado aprenderás como aportar ese valor añadido necesario para optimizar su satisfacción.

Además, con el **Curso Especializado en Customer Experience Management** gestionarás las herramientas y metodologías necesarias para el seguimiento y monitorización de la experiencia de tus clientes en los momentos clave con tu marca.

## OBJETIVOS

- Comprender la vinculación entre la complejidad de los procesos físicos y perceptivos de los consumidores.
- Aprender todos los conceptos claves del Customer Experience Management.
- Conocer casos de estudio de diferentes ámbitos que se te plantearán.
- Aplicar el Customer Experience en entornos reales de empresa.

## DIRIGIDO A

- Responsables de marketing y comunicación.
- Jefes de producto.
- Responsables de venta.
- Responsables de comercio electrónico.
- Profesionales de desarrollo de negocio.
- Responsables de marketing relacional.
- Gerentes de PYMES.

## METODOLOGÍA

**Acompañamiento personalizado:** el tutor te acompañará en todo momento haciendo el seguimiento necesario para poder superar con éxito el programa.

**Aula Virtual:** acceso a los recursos del programa y la interacción con el tutor, claustro, compañeros y atención al alumno de ICEMD. El aula virtual está abierta las 24 horas y los 7 días de la semana.

**Lifelong learning:** ICEMD agrupa en iDigital sus iniciativas para fomentar la integración de las disciplinas de la Economía Digital en las estrategias de desarrollo profesional y de competitividad empresarial.

**100% Networking** con el tutor, claustro y resto de compañeros, todos apasionados de las disciplinas digitales que enriquecerán aún más la experiencia.

**Evaluación final:** serán de especial relevancia variables como el examen final, el proyecto y la participación activa en el curso.

**Diploma acreditativo del programa:** finalizado el programa recibirás un certificado acreditando que has superado con éxito el contenido del mismo.

## PROGRAMA

### 1. 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.

### 2. 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.

### 3. 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.

### 4. 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.

**5. Service Experience.**

- Comportamiento del cliente multicanal.
- Nuevo rol del servicio al cliente.
- Digital selfcare y relación digital.
- Atención multicanal.
- Creación de experiencias a través del servicio.

**6. 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.

**7. Cómo convertir el producto en una experiencia.**

- 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.

**8. 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.

**9. 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.

**10. 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.

**11. 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.

**12. Governance y Transformacion 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).

*\* Programa sujeto a posibles modificaciones.*

**FECHAS:**

Del 26 de octubre al 1 de diciembre de 2018.

**HORARIO:**

Viernes de 16.00 a 21.00 h. y sábados de 9.00 a 14.00 h.

**DURACIÓN:**

60 horas - 1 mes.

**LUGAR DE IMPARTICIÓN:**

ESIC Sevilla.  
Avda. Carlos III, s/n · Isla de la Cartuja (Sevilla).

**IMPORTE\*:**

1.800€

Descuento de 200€ por inscripción anticipada hasta el 05/10/2018.

Alumni asociados: 1.170€ | Alumni no asociados: 1.530€

Gestión gratuita de la bonificación de Fundae, solicite más información.

Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.

*\* Descuentos no acumulables, teniendo valor el de mayor cuantía.*

**OBSERVACIONES:**

La realización definitiva del curso en las fechas previstas, está siempre supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes para poder desarrollarlo.

Para obtener el diploma y certificado de realización del curso, es necesario asistir como mínimo al 80% de las horas lectivas. Superado este porcentaje, ESIC se reserva el derecho de entrega de los certificados correspondientes.

ESIC ofrece la posibilidad de diseñar todos sus programas formativos a medida para empresas e instituciones.

**MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:**

(00 34) 95 446 00 03

info.sevilla@esic.edu

www.esic.edu/sevilla