

A partir de la 2ª inscripción corporativa: 20% de descuento.

Bonificación máxima FUNDAE: 208€

FINALIDAD

Customer Experience está revolucionando el concepto de calidad de servicios, el marketing y la experiencia a lo largo del ciclo de valor de los clientes. En la actualidad se ha convertido en uno de los factores críticos diferenciales en **compañías líderes, sostenibles y competitivas** en todos los sectores de actividad.

Cuando una compañía ofrece a sus clientes una experiencia memorable y diferenciadora, multiplica su rentabilidad y valor y esa experiencia sólo se puede ofrecer si se gestiona correctamente.

La gestión de la Experiencia de Cliente tiene como pilar básico el **conocimiento profundo y la escucha activa de nuestros clientes**, lo que requiere el diseño y la implementación de un **Sistema Avanzado de Medida de la Experiencia que permita recoger la Voz del Cliente (VoC)**. Una buena medida de la Voz del Cliente, por sí sola, no garantizará el éxito de una estrategia de Experiencia de Cliente, pero será, sin duda, una pieza angular sin la que será imposible construir todo lo demás.

El eje central de la Experiencia de los clientes son las **Emociones**, por ello, es determinante conocer como abordar el componente emocional al recoger la VoC y cómo incorporarlo a nuestro esquema de medición para sacarle el máximo partido y general vínculos emocionales con el cliente.

Así mismo es necesario que el **Sistema de Medida de la Experiencia de Cliente** se adapte a cada organización y se relacione claramente con sus **indicadores de Negocio** con el fin de poder determinar, en cada momento, el **Retorno de la Inversión** de la mejora en Experiencia de Cliente.

Sin duda, el avance de la **tecnología** así como la **digitalización** de las relaciones con el cliente hacen que los sistemas de recogida de la VoC hayan evolucionado e incorporen los últimos avances, que se verán en este curso especializado.



OBJETIVOS

OBJETIVOS DEL CURSO

Los participantes en el programa avanzado Métricas Customer Experience y Voz del Cliente lograrán:

- > Conocer los principios y elementos fundamentales a tener en cuenta para implantar un Sistema avanzado de recogida de la VoC.
- > Conocer cómo funciona y cómo se mide el componente emocional de los clientes.
- > Saber cuáles son, cómo se obtienen y cómo se accionan las principales medidas CX actualmente existentes, así como las emergentes.
- > Saber adaptar el Sistema de Medida a las necesidades de la organización y así facilitar la toma de decisiones.
- > Conocer los elementos clave para llevar la VoC a la toma de decisiones en el nivel estratégico y operacional.
- > Conocer las tendencias mas innovadoras.

Los participantes en el programa recibirán un **Diploma** con el **reconocimiento de la Asociación Española para la Calidad en Métricas Customer Experience y Voz del Cliente**.

DIRIGIDO A

Nuestro **Programa avanzado Métricas Customer Experience y Voz del Cliente** está dirigido a profesionales que ocupan una posición en Experiencia de Cliente o que tienen potencialidad de ocuparla por la gran demanda existente en las empresas :

- > Directivos y responsables de Calidad.
- > Directivos y responsables de Experiencia de Cliente.
- > Directivos y responsables de Marketing y Business Intelligence.
- > Directivos y responsables de Gestión y Atención Cliente.
- > Directivos y responsables de Ventas.
- > Directivos y responsables de Producto / Servicio.
- > Directivos y responsables de Gestión Punto de Venta.
- > Directivos y responsables de Innovación.
- > Consultores especializados.
- > Gerentes y directores de PYMES con visión cliente.



METODOLOGÍA Y PROFESORADO

METODOLOGÍA

El programa está impartido por una selección de los más destacados profesionales de la materia, 100% activos en la disciplina que imparten, garantizando que el programa responda y se adecúe a la realidad de la actividad y de las empresas y organizaciones actuales.

El enfoque didáctico combina la asimilación del marco conceptual de la disciplina, su aplicabilidad en casos de éxito y talleres participativos individuales y grupales, haciendo del programa una experiencia dinámica, práctica y rica en experiencias.

Este Programa también está disponible en modalidad In Company, formación a medida para tu empresa.

PROFESORES

> **Milagros Moreno Esteso** Fundadora y Partner de Customer Projects



PROGRAMA

Un programa con un enfoque práctico, para los profesionales y las empresas centradas en el Cliente.

MÓDULO 1: INTRODUCCION AL CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT (CEM)

- > Definición de Experiencia de Cliente
- > Modelo Causal Experiencia-Satisfacción
- > Claves y beneficios de CEM

MÓDULO 2. . VOZ DEL CLIENTE (VOC)

- > Principios básicos de un Sistema de medida de la experiencia de Cliente
- > VOC: definición, fuentes, objetivos y fases
- > Medidas estratégicas y transaccionales

MODULO 3. CONOCER AL CLIENTE. HERRAMIENTAS CUALITATIVAS

- > Arquetipos: fuentes de Investigación cualitativas. Customer persona y Mapa de empatía.
- > Customer Journey y VOC

MÓDULO 4: MÉTRICAS ESTRATÉGICAS CX Y ECONOMICS

- > Definición, diseño y aplicación de las principales metodologías de medidas existentes en la actualidad. NPS, CSI, CE, BAI, etc.
- > Pros y contras de cada medida ¿Qué medida interesa más a mi empresa?

MÓDULO 5: ECONOMICS

- > La Experiencia de Cliente y su impacto en el negocio. El ROI de la Experiencia de Cliente

MÓDULO 6: MÉTRICAS TRANSACCIONALES CX Y REAL TIME

- > La VOC en la operación diaria. Real time VOC.
- > Medir para la Acción. Close de Loop. (o Sistema de Alertas)

MODULO 7. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA RECOGER Y GESTIONAR LA VOC

- > Gestión emocional.
- > Medida de las emociones

MODULO 8. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA RECOGER Y GESTIONAR LA VOC

