

# Experto certificado en experiencia del cliente - CXCE

Código: JOIN-006

**Propuesta de Valor:** CERTJOIN

**Duración:** 24 Horas



La experiencia del cliente es un elemento clave diferencial para decidir la elección del consumidor en un mercado tan globalizado, competitivo, y exigente como el actual. Por eso las empresas orientan cada vez más sus esfuerzos hacia mejorar la experiencia de sus clientes no solo en el momento de utilizar sus productos o servicios, sino también durante el momento previo, durante y post. Este cambio requiere profesionales capacitados, formados con conocimientos y herramientas actualizados que les permitan efectuar estas implementaciones de forma efectiva y eficiente.

## AUDIENCIA

- Este curso está enfocado a personas claves en Departamentos de Experiencia y Gestión del Cliente, Comerciales, Trade Marketing, Transformación Digital, Marketing, Branding, Comunicación, a diseñadores de Experiencia de Usuario, Servicios y de Productos y, en general, a todas aquellas personas que deseen promover una experiencia única de servicio y un efecto WOW, como propuesta de valor para sus clientes.

## PRE REQUISITOS

- No tiene prerequisites previos

## OBJETIVOS

- Conocer herramientas clave capaces de identificar las necesidades del cliente.
- Desarrollar la empatía con nuestro cliente.
- Comunicarnos con nuestros clientes comprendiendo sus verdaderas motivaciones de compra.

## CERTIFICACIÓN DISPONIBLE

- Este curso lo prepara para el examen: Customer Experience Certified Expert - CXCE



## CONTENIDO

### 1. ESTRATEGIA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE CX

- 1.1. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- 1.2. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- 1.3. DEFINICIÓN DE "CUSTOMER EXPERIENCE"
- 1.4. CADENA DE VALOR DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE
- 1.5. TENDENCIAS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- 1.6. COMPONENTES DE LA EXPERIENCIA
- 1.7. LA MARCA
- 1.8. LA EXPERIENCIA COMO ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN
- 1.9. DISEÑANDO UN ESTRATEGIA DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- 1.10. FRAMEWORK DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- 1.11. LAS EMOCIONES
- 1.12. LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA ORIENTADA AL CLIENTE
- 1.13. IDEAS CLAVE SOBRE CUSTOMER EXPERIENCE

### 2. DIAGNÓSTICO DE LA EXPERIENCIA

- 2.1. INTRODUCCIÓN
- 2.2. DIAGNÓSTICO DE LA EXPERIENCIA
- 2.3. ARQUETIPOS
- 2.4. ¿POR QUÉ NECESITAMOS ARQUETIPOS?
- 2.5. CARACTERÍSTICAS DE LOS ARQUETIPOS
- 2.6. CONTENIDOS DE LOS ARQUETIPOS
- 2.7. ARQUETIPOS UNA HERRAMIENTA PARA SEGMENTACIÓN
- 2.8. ALGUNAS DEFINICIONES REFERENTE A LOS ARQUETIPOS
- 2.9. CUSTOMER JOURNEY MAP
- 2.10. CARACTERÍSTICAS DEL CUSTOMER JOURNEY MAP
- 2.11. PUNTOS DE VISTA DEL CUSTOMER JOURNEY MAP
- 2.12. ALGUNAS DEFINICIONES REFERENTE AL CUSTOMER JOURNEY MAP
- 2.13. PASOS PARA DIAGNOSTICAR LA EXPERIENCIA
- 2.14. ¿CÓMO MANTENER VIVO EL DIAGNÓSTICO?

### 3. DISEÑANDO EXPERIENCIAS DE CLIENTES INNOVADORAS

- 3.1. INTRODUCCIÓN
- 3.2. OBJETIVOS DE LA INNOVACIÓN EN LA EXPERIENCIA
- 3.3. DISEÑAR LA ESTRATEGIA DE RELACIÓN CON EL CLIENTE
- 3.4. ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN
- 3.5. ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN
- 3.6. ESTRATEGIA DE LIDERAZGO DE PRECIOS
- 3.7. DISEÑAR INTERACCIONES CON EL CLIENTE

- 3.8. PROCESOS “OUTSIDE IN”: LEAN STARTUP
- 3.9. HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍAS PARA LA INNOVACIÓN Y EL DISEÑO EN LA GESTIÓN DE CX
- 3.10. OCÉANOS AZULES
- 3.11. BUSINESS MODEL CANVAS
- 3.12. VALUE PROPOSITION CANVAS
- 3.13. MAPA DE EMPATÍA
- 3.14. SERVICE BLUEPRINT

## 4. CUSTOMER SERVICE EXPERIENCE

- 4.1. ESTRATEGIA MULTICANAL
- 4.2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR DIGITAL
- 4.3. EXPERIENCIA OMNICANAL
- 4.4. DIFERENCIA ENTRE OMNICANAL Y MULTICANAL
- 4.5. LAS ESTRATEGIAS DE LAS ORGANIZACIONES
- 4.6. CASOS DE ÉXITO DE EXPERIENCIA OMNICANAL
- 4.7. CUSTOMER JOURNEY MULTICANAL

## 5. MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

- 5.1. INDICADORES DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE
- 5.2. NET PROMOTER SCORE (NPS)
- 5.3. CUSTOMER EFFORT SCORE (CES)
- 5.4. CUADRO DE MANDO DE LA EXPERIENCIA

## 6. EMPLOYEE EXPERIENCE – EX

- 6.1. DEFINICIÓN DE EMPLOYEE EXPERIENCE – EX
- 6.2. CONEXIÓN ENTRE EXPERIENCIA Y EMPLEADO
- 6.3. ROLES EN LA CREACIÓN DE UNA CULTURA DE EXPERIENCIA
- 6.4. PILARES DE LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL EMPLEADO
- 6.5. EMPOWERMENT
- 6.6. CONSTRUYENDO LA EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

## 7. USER EXPERIENCE (UX) / USER INTERFACE (UI)

- 7.1. DEFINICIÓN DE “USER EXPERIENCE – UX”
- 7.2. DEFINICIÓN DE “USER INTERFACE – UI”
- 7.3. ¿CÓMO SE RELACIONAN LA INTERFAZ DE USUARIO Y LA EXPERIENCIA DEL USUARIO?

---

## BENEFICIOS

- Al finalizar el curso aprenderás a entablar relaciones perdurables con el cliente