ESPE-Innovativa
EMPRESA PÚBLICA

Presentación del Curso

Customer Experience Management

Tabla de contenido

Descripción general 3
Público objetivo 3
Objetivos de aprendizaje 3
Duración 4
Contenidos 4
Competencias previas 5
Recursos 5
Aspectos metodológicos 5
Criterios de aprobación 5
Certificado 6
Perfil del Facilitador 6

CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

Descripción general

El presente curso se desarrollará en la modalidad presencial, el cual permitirá conocer como ha revolucionado el proceso de compra y gestión con el cliente, el uso de las redes sociales y los medios digitales que han cambiado las formas de captar cliente, la creciente oferta y entorno competitivo implica que las empresas deben reinventarse para poder mantenerse y crecer, para esto se deben manejar como un proceso distintos puntos de contacto con los clientes, ofreciendo experiencias que superen sus expectativas.

En esta capacitación se estudiará el Social Customer Experience Management, creación del servicio, herramientas globales, y control del servicio del cliente.

Este curso se encuentra organizado en cuatro unidades:

En la primera unidad se analiza el Mundo de los servicios.

En la segunda unidad se analiza la Creación del servicio.

En la tercera unidad se analizan las Herramientas globales.

En la cuarta unidad se analiza la métrica del seguimiento y control del servicio al cliente.

Con esta capacitación mejorar el desempeño profesional y competente de las personas que trabajan en los departamentos de marketing, comercialización, diseño, desarrollo, y el cumplimiento de las mejores prácticas en el servicio al cliente.

Público objetivo

El curso está dirigido a profesionales, gerentes, propietarios, que estén involucrados en el ámbito comercial, marketing, atención al cliente, que quieran adquirir conocimientos en el área de customer experience.

Objetivos de aprendizaje

Objetivo general

- Adquirir las competencias y destrezas necesarias para liderar decisiones estratégicas dirigidas al buen trato, satisfacción del cliente, comprensión de necesidades a través de la experiencia adquirida.

Objetivos específicos

- Comprender el comportamiento del consumidor en los distintos ámbitos interactivos.

- Conocer las diferentes herramientas que permite analizar los datos que se generan de la experiencia con el cliente, para una mejor toma de decisiones.
- Entender los canales de los diferentes puntos de contacto y interacción con el cliente.
- Saber cómo manejar la experiencia del cliente en una organización comprendiendo los roles de CEM y la relación con los demás departamentos diseño y desarrollo.

Duración

El curso tiene una duración de 40 horas.

Contenidos

BLOQUE 1: Mundo de los servicios

1.1. Qué es el Social Customer Experience Managment
1.2. Claves, el ser humano
1.3. Sistema de servicios, productos y servicios
1.4. Calidad del servicio

BLOQUE 2: Creación del servicio

2.1 Calificación, cuantificación, competencia
2.2 Balance estratégico; Propuesta de valor
2.3 Estructura del servicio.

BLOQUE 3: Herramientas globales

3.1. Comercialización del servicio
3.2. Prestación del servicio
3.3. Cultura de atención al cliente

BLOQUE 4: Métrica del seguimiento y control del servicio al cliente

4.1. Casos prácticos
4.2 Lecciones aprendidas
4.3 Errores comunes del servicio al cliente.

Competencias previas

Conocimientos: Los participantes deben tener conocimientos básicos en CRM y marketing relacional.

Habilidades o destrezas: Los participantes deben manejar herramientas ofimáticas, principalmente el Word.

Valores: Los participantes deben tener criterios éticos para la Relación con el cliente por la responsabilidad que implica.

Recursos

Los recursos que se requieren para la ejecución del curso presencial son los siguientes:

- Acceso a un equipo de computación con conexión a internet.
- Acceso al paquete Microsoft Office en sus componentes Word, Excel y power point.
- Disponer de un software para lectura de archivos PDF.
- Block, esfero

Aspectos metodológicos

El curso presencial se desarrolla totalmente en las aulas de clase, la metodología a seguirse en este curso será sobre la base de charlas magistrales, de aprendizaje participativo que promueva el análisis de los casos relacionados con la experiencia de los participantes, en cuyo caso el profesor tendrá un rol de Facilitador.

Se desarrollarán casos prácticos que permitan a los estudiantes poner en práctica el conocimiento teórico impartido.

El contenido del curso se pondrá a disposición de todos los participantes, para el desarrollo del proceso de capacitación.

Criterios de aprobación

- Cumplimiento de las actividades propuestas en el plazo establecido
- Participación activa en las clases
- Asistencia del 80%
- Obtención de un rendimiento mínimo de 7/10 puntos en el curso

Certificado

El participante que cumpla con los criterios de aprobación, recibirá un certificado con el aval de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, ESPE INNOVATIVA EP, SETEC.

Perfil del Facilitador

Formación académica

Pregrado:
Ingeniero Comercial
Marketing
Áreas afines

Posgrado (De preferencia)
MBA
Marketing

Otros
Capacitación en Customer Experience Management.

Experiencia relacionada

Experiencia profesional en el sector privado y docencia en el área de marketing, comercialización.

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Ecuador