



## Metodología experiencia de cliente

### OBJETIVOS

- Aportar la visión y el conocimiento estratégico necesario para una gestión integral de la relación con clientes
- Analizar todas las fases de la experiencia de cliente y las prácticas de gestión para su optimización
- Conocer las tecnologías y herramientas digitales que más impactan en la experiencia de cliente, desde la generación de leads a la idelización
- Conocer los estilos de liderazgo, los efectos que producen sobre las personas y los resultados de las organizaciones y establecer una gestión sistemática del liderazgo.

### TEMARIO

- Cultura, estrategia y prospectiva: Principales tendencias en experiencia de cliente y metodologías para una gestión integral del cliente
- Diseño de la experiencia de cliente: Proceso de diseño para entender las necesidades del cliente y validar en mercado las propuestas definidas
- Experiencia de cliente omnicanal: aplicación e integración de tecnologías para la mejora de la experiencia de cliente y los resultados de negocio
- Analítica de datos centrada en cliente: cómo medir el impacto de las iniciativas y su relación con resultados de negocio.

### REQUISITOS Y OBSERVACIONES

- Las personas inscritas a este curso destinarán unas 10 horas de trabajo con el objeto de mejorar un aspecto de la experiencia de cliente en sus organizaciones.
- El programa está principalmente dirigido a profesionales de cualquier área de la empresa y sector que tenga responsabilidad dentro del proceso de relación con cliente: marketing, comercial, atención al cliente, innovación, transformación...
- Este curso también puede realizarse In Company en castellano.

### TIPO DE PROYECTOS QUE SE PUEDEN DESARROLLAR

La planificación de tareas y actividades están enfocadas a que cada participante diseñe un proyecto dirigido a una propuesta de experiencia de cliente para un desafío concreto de negocio, utilizando la metodología trabajada a lo largo del programa. Entre los proyectos que se podrán realizar, están los siguientes:

- Segmentación y elaboración de arquetipos de cliente: trabajo en metodologías de escucha y validación de hipótesis de cliente.
- Diseño de proyectos de experiencia de cliente: análisis de la experiencia de cliente ofrecida e identificación de áreas de mejora.
- Análisis de la rentabilidad de la experiencia de cliente: actividades dirigidas a identificar los elementos clave de la experiencia y su relación con indicadores económico-financieros.

SESIONES GRUPALES	5
TESTS	2
AUTOFORMACIONES	4
APOYOS IN SITU	1
HORARIO	9:00-13:00
DURACIÓN	2 meses
PRECIO ENTIDAD COLABORADORA	410 € + IVA
PRECIO ENTIDAD NO COLABORADORA	735 € + IVA

### IMPARTE

Iñaki Fernández López-Zuazo (Mondragon Unibertsitatea)

### CONVOCATORIAS PROGRAMADAS



#### 2. ONLINE:

5 y 19 octubre; 2, 16 y 30 noviembre  
Iñaki Fernández López-Zuazo (CASTELLANO)

### MODALIDADES

IN COMPANY

GRUPAL



### PLANIFICACIÓN

