

DIPLOMADO EXPERIENCIA DEL CLIENTE DIGITAL  
**CURSO EXPERIENCIA DE CLIENTES (CX)**

**PROGRAMA DE CURSO**

➤ **PRESENTACIÓN DEL CURSO**

En los últimos 20 años, se ha demostrado que es más rentable invertir en la retención (o recompra) de un cliente actual que en la captación de un nuevo cliente. Asimismo, ha quedado en evidencia que la retención de un cliente depende del grado de "lealtad" que demuestra hacia la marca/producto y que, a su vez, esta "lealtad" se genera a partir del nivel de satisfacción del cliente con las diferentes interacciones que va teniendo en su relación con la marca/producto.

Las percepciones que una persona se va formando respecto a una marca/producto a partir de las diferentes interacciones que determinan su relación con esta, es lo que define su experiencia como cliente.

El Customer Experience (CX) es la disciplina que se encarga de medir y comprender la satisfacción de los consumidores en cada una de sus interacciones con una marca/producto, para que las organizaciones puedan diseñar y gestionar acciones que generen experiencias positivas en sus clientes, aumentando así su nivel de "lealtad". Luego, como la "lealtad" es un gatillador para la retención de clientes y, a su vez, la retención de clientes tiene un alto impacto sobre la rentabilidad, entonces se puede afirmar que la Experiencia de Clientes es, hoy en día, un eje fundamental en la generación de valor para las organizaciones.

Este curso busca capacitar profesionales en la comprensión y la medición del recorrido de compra y el customer journey del consumidor digital para diseñar experiencias de clientes memorables y vinculantes en un contexto omnicanal que tengan impacto sobre la rentabilidad.

➤ **PERFIL DE LOS ESTUDIANTES**

Alumnos(as) del Diplomado en Experiencia del Cliente Digital.

➤ **OBJETIVOS**

- Se busca que los (as) alumnos(as) sean capaces de:
  - ✓ Conceptualizar, medir, diseñar y gestionar la experiencia de los consumidores en los puntos de contacto que implican interacción cliente-empresa en las diferentes etapas que conforman el recorrido de compra y el customer journey.
  - ✓ Diseñar experiencias de clientes en el contexto digital y con un enfoque omnicanal.
  - ✓ Comprender la relevancia de una cultura organizacional centrada en el cliente y de la experiencia de los empleados sobre la experiencia de los clientes.
  - ✓ Impactar en el resultado del negocio a través de acciones de marketing y esfuerzos de gestión enfocados a la captación de nuevos clientes, la recompra, la rentabilización de los clientes vigentes (a partir de la venta cruzada e incremental de productos/servicios) y la permanencia de los clientes actuales que generan valor para la organización.
  - ✓ Medir la rentabilidad de la inversión en CX.

➤ **MÓDULOS Y CONTENIDOS**

**Total: 30 horas**

- I. **Introducción a la Experiencia de Clientes en el Contexto Digital** (1,5 horas)
- II. **Gestión de Empresas Centradas en el Cliente e Innovación en CX** (1,5 horas)
- III. **Customer Journey del Cliente Digital** (3 Horas)
- IV. **Omnicanalidad** (3 horas)
- V. **Experience Design (Design Thinking)** (1,5 horas)
- VI. **Taller Design Thinking** (1,5 horas)
- VII. **Diseño e Implementación de un Sistema de Medición y Gestión de la Voz del Cliente** (6 horas)
- VIII. **EX Employee Experience** (3 Horas)
- IX. **UX como Impulsor de la Experiencia Digital** (1,5 Horas)
- X. **Taller UX** (1,5 Horas)
- XI. **Evaluación del Impacto (ROI) de la Experiencia de Clientes** (3 Horas)
- XII. **Seminario "Diseño y Gestión de CX en la Era Digital" (4 Speakers)** (3 Horas)

➤ **ACTIVIDADES**

- ❖ Clases
- ❖ Estudio de casos.
- ❖ Trabajos grupales.
- ❖ Talleres.
- ❖ Charlas de expertos y/o especialistas de perfil ejecutivo.

➤ **EQUIPO DOCENTE**

- ❖ Emilio Polit
  - MBA (Master of Business Administration), Pontificia Universidad Católica de Chile; Ingeniero Civil Industrial, Universidad de Chile.
  - Profesor Part Time DII. Director Ejecutivo Fibra Research.
  - Horas Clases en Curso: 13,5 horas.
- ❖ Nicolás Fritis
  - Magíster en Gestión y Dirección de Empresas, Universidad de Chile; Ingeniero Civil Industrial, Universidad de Chile.
  - Profesor Part Time DII. Head of Customer Experience & Mystery Shopping Latam Ipsos.
  - Horas Clases en Curso: 13,5 horas.
- ❖ Carolina Camus
  - MBA (Master of Business Administration), Marketing, Universidad de Chile; Programa Liderazgo Transformación Digital para la Alta Dirección, The Valley Business School; Diplomado en CRM y Data Mining, Universidad de Chile; Ingeniero Estadístico, Universidad de Santiago de Chile.
  - Gerente Transformación Digital Kaufmann Chile.
  - Horas Clases en Curso: 3 horas.