Introducción a La Gestión de Experiencia de Clientes

Descriptor

La experiencia del cliente se ha convertido en un objetivo fundamental para las empresas en la actualidad. Aunque muchas organizaciones afirman buscar diferenciarse a través de una experiencia superior, son pocas las que realmente logran destacar y distinguir su marca de la competencia. Entonces, ¿cómo pueden las empresas sobresalir en la experiencia del cliente y alcanzar niveles más altos de madurez? La clave radica en adoptar y llevar a cabo de manera consistente un conjunto de prácticas sólidas y repetibles que conduzcan a la excelencia. Sin embargo, comprender y abordar la experiencia del cliente no es una tarea sencilla. La experiencia del cliente abarca todo el ciclo de relación con la marca, desde antes de la compra hasta después de ella, y está estrechamente ligada a la reputación de la empresa. Alcanzar la excelencia en este ámbito implica comprender la naturaleza subjetiva de los recuerdos y emociones del cliente, así como gestionar de manera efectiva todas las interacciones a lo largo de su relación con la marca.

Objetivo general

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de identificar las principales estrategias de experiencia en atención de clientes, comprendiendo los principales conceptos en la gestión de la experiencia de clientes, las métricas más utilizadas y las herramientas de data analytics en conocimiento del cliente.

Objetivos de aprendizaje

I.- Comprender la importancia de la gestión de experiencia de clientes.

II.- Identificar los pilares que componen la gestión de experiencia de clientes.

III.- Reconocer las herramientas utilizadas para gestionar la experiencia de clientes.

IV.- Comprender la medición y análisis de experiencia del cliente.

Módulos de contenido

I.- Fundamentos de la experiencia del cliente.

II.- Customer experience management CXM.

III.- Artefactos o métodos que nos ayudan a comprender las vivencias del cliente y sus emociones.

IV.- Medición y análisis de experiencia del cliente.

Perfil de ingreso

Programa diseñado para quienes buscan iniciarse en la medición de experiencia de clientes, debiendo comprender y conocer los artefactos y métodos para comprender las vivencias del usuario en todo tipo de industrias y sectores.

Requisitos de certificación

Aprobar la evaluación final con nota igual o superior a 4,0 escala 1 a 7

Certificado digital

El certificado de aprobación es emitido al finalizar las 4 semanas y enviado por correo electrónico por la Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Escuela de Postgrado y Educación Continua, Desarrollo Profesional, señalando periodo y duración.

Requisitos de plataforma

Dispositivos móviles y PC con acceso a Internet. Para una óptima visualización se recomienda los navegadores Google Chrome y Mozilla Firefox.

Modalidad

E-Learning Asincrónico Autogestionado, utilizando los recursos disponibles en la plataforma (lecturas, infografías, videos y bibliografía) para aprender progresivamente los contenidos. Este es un curso autogestionado, es decir sin apoyo tutorial docente directo y los tiempos de dedicación para estudio son establecidos por el estudiante.

Duración

El programa tiene una duración de 4 semanas, los participantes inscritos recibirán en su correo electrónico un instructivo previo al inicio de clases.