



CERTIFICACIÓN EN

Experiencia de usuario y gestión de la calidad en el servicio al cliente



Certifica ESAN Graduate Business School y la Cámara de Comercio de Lima

Presentación

La presente certificación brindará al alumno, herramientas para implementar diversas estrategias que mejoren la experiencia del cliente a lo largo de su recorrido omnicanal, y la atención al cliente que reciba por parte de la empresa. Se dará a conocer los tipos de clientes que existen para diseñar “su experiencia” de manera específica, con indicadores que permitan identificar las oportunidades de mejora, para dar recomendaciones que permitan mantenerlos fidelizados. Se verá también, conceptos de transformación digital y cultural en las empresas.



Dirigido a

Ejecutivos, mandos medios y gerencias que se desempeñen en áreas de atención al cliente, ventas, marketing o servicio post venta.



Los participantes obtendrán



DOBLE CERTIFICACIÓN POR:

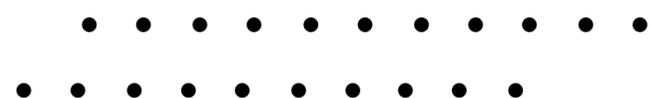
✓ **ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS**

✓ **CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA**

Esta es una oportunidad única para obtener una doble certificación, la inscripción y asistencia incluye:

- ✓ Certificado de participación(**)
- ✓ Material de clase

*(**) Para la obtención del certificado se requiere la asistencia del participante durante el total de la duración de la certificación.*



Aprénderas

SEMINARIO 1

La experiencia de usuario vista desde un punto estratégico



Objetivo

El estudiante es capaz de reconocer los fundamentos del diseño de la experiencia del usuario al incorporar ideas de diversas áreas, como el marketing, el diseño gráfico, el diseño industrial y la creación de interfaces, entre otras disciplinas.

Temario:

- Los nuevos desafíos en la era de las Personas.
- La experiencia del cliente como estrategia de negocio.
- Los Economics de la experiencia.
- Las emociones de los clientes y la propuesta de valor basada en atributos relevantes.
- La gestión de la experiencia del cliente: Frameworks y roadmaps de la experiencia.
- La receta del customer experience: desde el diseño hasta la ejecución.

Profesor: Jorge Yañez

Duración: 6 horas



Aprénderas

SEMINARIO 2

Omnicanalidad y trackeo del viaje del usuario



Objetivo

Comprender los distintos “viajes” que sigue un usuario dependiendo el formato de atención (digital, presencial, telefónica, etc) e identificar los puntos álgidos en la experiencia de usuario, utilizando herramientas como el Customer Journey para el trackeo y planificación de una experiencia omnicanal exitosa, desde que se inicia el contacto por primera vez, hasta la post venta.

Temario:

- La experiencia del cliente y los canales de contacto.
- Los canales de contacto: estrategias y soluciones.
- La multicanalidad y la omnicanalidad.
- Las características de la omnicanalidad.
- Las herramientas de diagnóstico y diseño de los canales:
 - El customer journey: diagnóstico actual y a dónde queremos llegar.
 - El blue print: diagnóstico actual y a dónde queremos llegar.

Profesor: Jorge Yañez

Duración: 6 horas

Aprénderas



SEMINARIO 3

El Servicio al Cliente: tipologías, gestión y manejo de reclamos

Objetivo

Comprender lo que el mercado espera sobre la calidad en el servicio, aspectos involucrados en los procesos de comunicación relacionados con el cliente, uso estratégico de los principios de la gestión de la calidad, así como la gestión de quejas y reclamos.

Temario:

- Conceptos claves de satisfacción & lealtad orientados hacia la generación de valor.
- ¿Cómo aplicar el de Customer Experience Management en la organización?
- Modelo de Gestión de la Experiencia-Cliente: Herramientas que impactan en la satisfacción, a fin de gestionar una organización centrada en la experiencia del cliente.
- Pilares de un modelo para generar lealtad en el consumidor.
- Customer Journey Map y el Service Blue Print.
- Gestión eficiente del Net Promotion Score (NPS).
- Gestión estratégica de quejas y reclamos.

Profesor: Christian Aste

Duración: 6 horas

Aprénderas

SEMINARIO 4

Estrategias de Fidelización y Retención de Clientes



Objetivo

Ofrecer las herramientas y técnicas para un servicio excepcional, fidelizar clientes y obtener resultados de retención y rentabilidad para la organización.

Temario:

- Conceptos claves de lealtad de marca y Marketing relacional.
- Variables que afectan la percepción de calidad, la satisfacción y la confianza: comprendiendo el proceso de re-compra (retail) y el proceso de re-contratación (servicios).
- Identificación, interacción y priorización de clientes a ser retenidos y a fidelizar: Valor cliente (Life time value).
- Fidelización en entornos digitales: Identificando los principales puntos de contacto en el consumer decision journey.
- Retención: Proceso de crear y gestionar programas de retención de cliente y análisis del switching costs.
- Programas de fidelización: ¿Cómo dejar atrás los “programas de incremento de frecuencias” para dar paso a “sistemas integrales de fidelización”?

Profesor: Christian Aste

Duración: 6 horas

Profesores



Jorge Yañez

MBA con Especialización en Finanzas - ESAN (Perú) / INCAE (Costa Rica). Administrador de Empresas – Universidad de Lima. Fundador y líder de PowerX, consultora y agencia CX boutique, especializada en el diseño y gestión de la experiencia del cliente, con más de 20 años de experiencia gerencial en corporaciones liderando áreas de Fidelización y Retención de Clientes, Gestión e Innovación de la Experiencia de Clientes, así como áreas comerciales de operaciones, producto, evaluación y planeamiento en empresas multinacionales y nacionales de los sectores de Telecomunicaciones y Servicios.

Docente y Líder de los programas CX para la escuela de Postgrado ESAN.



Christian Aste

MBA por ESAN. Magister en Investigación con mención en comportamiento del consumidor. Posgrado en Marketing Intelligence por ESIC (España). Actualmente es Strategy Manager en el grupo HAVAS Media.

Ejecutivo senior especializado en la optimización de campañas de marketing online-offline y orientado a generar rentabilidad a la organización a través de data analytics. Ha liderado procesos de transformación de la experiencia-cliente hacia la omnicanalidad. Ha laborado para el BBVA Perú, Banco Pichincha, Diners Club, Carsa, Caja Ica, ESAN, entre otros.

Docente de ESAN.

Información del programa



Duración
32 Horas
académicas

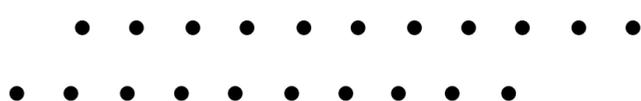


Modalidad
Online
(se transmite en vivo)



Horario
Lunes y miércoles
7:00 p.m. - 10:00 p.m.

SEMINARIO	HORAS	DOCENTE	FECHAS DE DICTADO	
Seminario 1: La experiencia de usuario vista desde un punto estratégico	6	Jorge Yañez	25/03/2024	27/03/2024
Seminario 2: Omnicanalidad y trackeo del viaje del usuario	6	Jorge Yañez	01/04/2024	03/04/2024
Seminario 3: El Servicio al Cliente: tipologías, gestión y manejo de reclamos	6	Christian Aste	08/04/2024	10/04/2024
Seminario 4: Estrategias de Fidelización y Retención de Clientes	6	Christian Aste	15/04/2024	17/04/2024



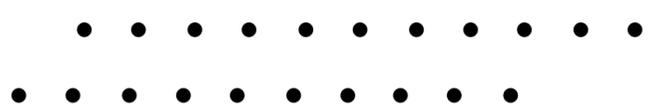
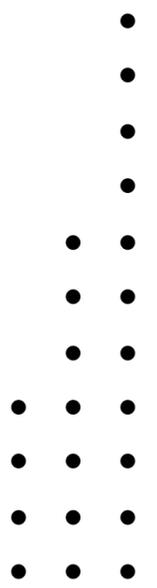
Inversión (Incl. IGV):

La doble certificación (incluye los 4 seminarios)

	PRECIO CERTIFICACIÓN	
	General	Socio CCL
INVERSIÓN	S/ 1700	S/ 1360

Si desea ingresar sólo a un seminario la inversión es

	PRECIO 1 SEMINARIO	
	General	Socio CCL
INVERSIÓN	S/ 500	S/ 400





Informes e Inscripciones:

Andrea Castro
Email: acastro@camaralima.org.pe
WhatsApp: **908 825 120**

