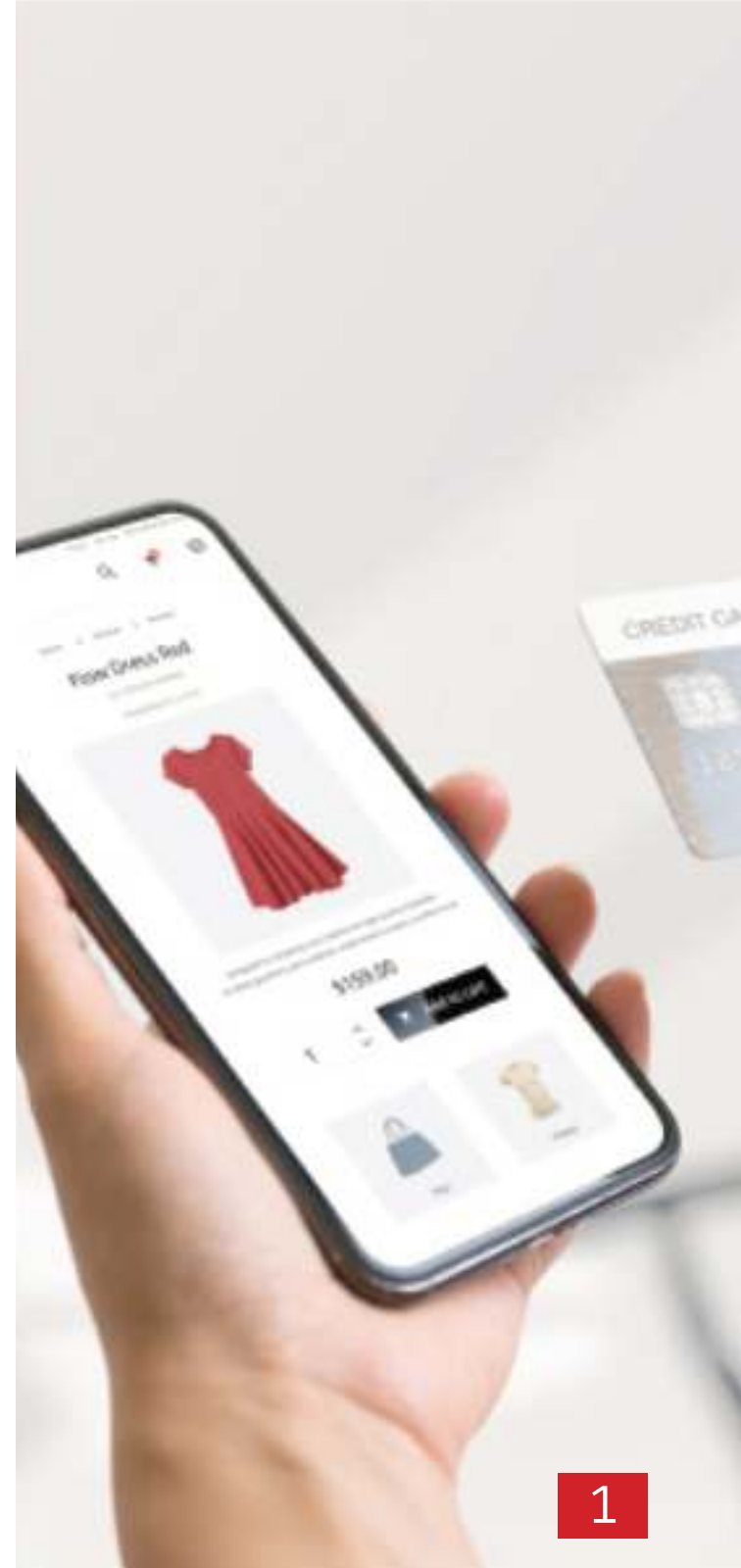


CURSO

GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA
DEL CLIENTE

ÍNDICE

DESCRIPCIÓN	2
OBJETIVOS	2
A QUIÉN VA DIRIGIDO	2
METODOLOGÍA	3
PLAN DE ESTUDIOS	3
FACILITADORES	6
CERTIFICADO	10
INVERSIÓN Y FORMAS DE PAGO	11
FORMULARIO INSCRIPCIÓN	12
CONTACTO	13



Descripción:

El curso en Gestión de la Experiencia del Cliente es una estrategia novedosa que está impactando de manera acelerada la relación con el cliente, mejora la competitividad y el posicionamiento de la empresa.

Una adecuada gestión de la experiencia permite a las empresas satisfacer y aún superar las expectativas del cliente, conociendo y midiendo lo que espera en cada interacción con el producto, servicio y/o personal de asistencia. Con esto, se logra una experiencia memorable, que vean la empresa como propuesta de valor, incrementar la recurrencia de uso / compra y la permanencia en el gusto por su empresa.

Para gestionar esta estrategia, las empresas necesitan capacitar al personal en la implementación y seguimiento de la misma. Esta es aplicable a empresas que ya gestionan la experiencia y buscan hacer énfasis en aspectos de éxito moderado.



Objetivos:

1. Implementar la estrategia de gestión de experiencia del cliente o gestionarla eficientemente si ya está implementada.
2. Aplicar estrategias para mejorar los índices de lealtad de los clientes.
3. Contribuir a mejorar / optimizar / crear procesos que impactan cada interacción.
4. Incidir en la organización a una cultura orientada en ofrecer la mejor experiencia al cliente como principal elemento de fidelización.
5. Aprender e implementar las herramientas para gestionar y mejorar esta experiencia: Diseño e implementación de customer journey map con sus diferentes pasos, identificación momentos de verdad y oportunidades de mejora.
6. Incorporar métricas a la gestión de experiencia.
7. Medir la efectividad de esta gestión.

A quién va dirigido:

Este programa está dirigido a los profesionales que gestionan las relaciones con clientes que ejecutan marketing de experiencia o que necesiten implementar estas estrategias con el objetivo de mejorar los índices de lealtad y retención y comprender la aplicación de estas estrategias usando diversos canales (digital, presencial, telefónico, etc.).

También profesionales del marketing de productos y servicios que impactan desde sus posiciones en los niveles de satisfacción de clientes y necesitan mantener o mejorar estos niveles. En adición recomendamos este taller a gestores de producto, calidad, procesos comerciales y encargados de otras áreas de negocios que impactan el cliente.

Metodología:

Este programa consta de 16 horas (4 sábados consecutivos). La formación fomenta la participación activa y variada, distribuyéndose entre:

- Clases Presenciales
- Documentación sobre cada unidad docente, infografías, lecturas recomendadas
- Prácticas en equipo e individuales
- Estudio de casos de éxitos
- Investigaciones y entrevistas

Plan de estudios:

Tema I. Estrategia CEM (Customer Experience Management):

Carga académica: (2 horas)

Objetivo: Conocer la estrategia y su impacto en la gestión de clientes.

Tema II. Diagnóstico de la organización CEM

Carga académica: (2 horas)

Objetivo: Describir el diagnóstico inicial de la empresa de cara a la implementación de esta estrategia, identificando en qué momento se encuentra la misma y acciones que serán requeridas.

Plan de estudios:

Tema III. Implementación de cultura CEM en la organización.

Carga académica: (2 horas)

Objetivo: Aplicar las estrategias y hacer uso de las herramientas del gestor de la estrategia de clientes.

Tema IV. Customer journey: El viaje del cliente

Carga académica: (4 horas)

Objetivo: Implementar el customer journey map como herramienta de impacto en la gestión de CEM, en diversos canales e interacciones. Identificación de momentos de verdad, expectativa del cliente mediante VOC, puntos de contacto. Identificación de oportunidades de mejora, plan de trabajo.

Tema V: Casos de éxito en estrategia de experiencia del cliente

Carga académica: (2 horas)

Objetivo: Conocer lo que han hecho las empresas con mayor éxito en la aplicación del customer journey map.

Plan de estudios:

Tema VI. Nuestra marca y CEM. Relación de nuestros valores, misión, visión, promesa de la marca y la experiencia del cliente.

Carga académica: (2 horas)

Objetivo: Establecer la relación de nuestra marca / organización vs. la gestión CEM y su impacto en el posicionamiento.

Tema V. Métricas experiencia del cliente

Carga académica: (2 horas)

Objetivo: Implementar los KPIs asociados a una exitosa gestión de experiencia del cliente. Medir de manera adecuada las acciones.

Presentación trabajos finales

Facilitadores:

YANISE ANGELES

Especialista en mercadeo de relaciones con clientes, adquirido en el desarrollo de una robusta experiencia de más de 15 años en las industrias de telecomunicaciones, Banca & Retail. Certificada en Digital Customer Experience Management con Omnicampaign, Madrid. La experiencia en su haber incluye diseño e Implementación de estrategias de retención de clientes y programas de fidelización, control de CHURN y deserción de clientes, mantenimiento de base de clientes, estrategias de wallet share, implementación de cultura y estrategia CRM y experiencia de clientes.

Marketing de productos y servicios, marketing relacional, campaign management, servicio al cliente, capacitación, segmentación de clientes en áreas de consumo y negocios. Ha sido consultora de diferentes empresas privadas en las ramas de su experiencia, y adicionalmente instructora de diplomado de marketing relacional en Unibe, actual coordinadora del diplomado Marketing Relacional UNICDA, facilitadora certificada Infotep y próximamente estará impartiendo el “Taller de Implementación de Estrategia de Experiencia de Clientes”.

En su trayectoria se incluye haber trabajado para marcas como Verizon, Claro-Codetel, Viva, 3M, Orange, Banco Caribe, asegurando la implementación exitosa de programas de retención y fidelización. Miembro de la APCRM



Certificado:

El certificado del curso de Gestión de la Experiencia del Cliente será expedido por la Universidad Domínico Americano. El alumno recibirá un diploma certificando la formación recibida tras superar satisfactoriamente todas las evaluaciones, prácticas y las horas del diplomado que no deben ser menor al 80% de participación.

Inversión y forma de pago:

El costo es de RD\$ 7, 500.

A. Forma de pago.

Las formas de pago admitidas son: efectivo, tarjeta de crédito, cheque de administración y transferencia a cuenta bancaria.

B. Depósito o transferencia:

- Banco Popular Dominicano
Cuenta corriente número: 828134031

Nota: Enviar vía correo electrónico el voucher a: ventas@icda.edu.do con copia a cobros2@icda.edu.do. Teléfono: 809-535-0665 ext. 2321 y 2322.

C. Línea de crédito de FUNDAPEC:

- Llenar formulario SI-01
- Completar e imprimir formulario de solicitud de crédito en línea:
<https://www.fundapec.edu.do/>

2. Inscripción Empresarial:

- a) Llenar formulario SI-01
- b) Carta compromiso de la empresa, sellada y firmada

DESCUENTO:

Se dispone de descuentos aplicables en las siguientes condiciones:

Público Empresarial:

- a) 5% de descuento de 3 a 5 participantes
- b) 10% de descuento de 6 a 10 participantes
- c) 15% de descuento de 11 participantes en adelante

“PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS”

Formulario de inscripción



FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN Y SOLICITUD DE CRÉDITO SI-01

A CREDITO SI () NO ()

PAGADO POR EMPRESA SI () NO ()
% QUE PAGA LA EMPRESA _____ % RD\$ _____

FACTURAR A LA EMPRESA		RNC		FECHA DE INSCRIPCION / /	
NOMBRES		APELLIDOS		NIVEL ACADEMICO ALCANZADO	
CEDULA O PASAPORTE - -	SEXO FEM. () MASC. ()	FECHA NACIMIENTO / /		LUGAR DE NACIMIENTO	
ESTADO CIVIL SOLTERO () CASADO ()	TELEFONO RESIDENCIAL () -	CELULAR / BEEPER () -		E-MAIL	
DIRECCION ACTUAL		LOCALIDAD		TRABAJA SI () NO ()	
NOMBRE DE LA EMPRESA DONDE TRABAJA		PERSONA DE CONTACTO/ PAGO		DIRECCION DE EMPRESA	
CARGO ACTUAL	DEPARTAMENTO	TELEFONO (S) EMPRESA () -		EXTENSION () FAX () -	
HA PARTICIPADO ANTERIORMENTE EN OTROS CURSOS DE UNICDA SI () NO ()		NOMBRE CONYUGE O PARIENTE		TELEFONO CONYUGE O PARIENTE () -	
FACTURA O CARTA AUTORIZADA DE EMPLEADOR SI () NO ()		PORQUE MEDIO SE ENTERO DE ESTE CURSO			
PROGRAMA					
TITULO DEL DIPLOMADO O CURSO				GRUPO	
DURACION	HORARIO-DIAS	FECHA INICIO / / 20		FECHA TERMINO / / 20	
PARA USO EXCLUSIVO DE UNICDA					
COSTO TOTAL DEL DIPLOMADO O CURSO RD\$		COSTO A PAGAR POR INSCRIPCION RD\$		BALANCE PENDIENTE A PAGAR RD\$	
MODALIDAD DE PAGOS	1ERA CUOTA RD\$	2DA CUOTA RD\$			
FECHA DE PAGOS	1RA / / 20	2DA / / 20			
POLITICA DE REEMBOLSO Y COMPROMISO DE PAGO					
Se devolverá el dinero que pague el participante solamente en el caso de que el curso o diplomado sea cancelado.		COMPROMISO DE PAGO: Me comprometo a pagar en las fechas indicadas y los montos estipulados en este formulario. En caso de faltar, autorizo a cancelar mi derecho de seguir participando en clases.			
FIRMA DEL PERSONAL DE UNICDA Y/O CENTRO DE GERENCIA		FIRMA DEL PARTICIPANTE		FIRMA AUTORIZADA POR REGISTRO	

Contacto:

Información adicional e inscripción

Universidad Domínico Americano

Web: www.unicda.edu.do

Twitter: @ElDominico

Facebook e Instagram:

@dominicoamericanouniversidad

Tel: 809-535-0665 opción 3

Flotas: 829-417-1464 / 829-748-5144

829-748-5145 / 809-390-5571

Email: ventas@icda.edu.do

Av. Abraham Lincoln #21. Santo Domingo,
República Dominicana

