



*real***CX**
in-company

Programa Educativo
**Fundamentos de
Customer Experience**

El poder de poner el cliente
en el centro del negocio

≡ INFORMACIÓN DEL PROGRAMA

¿PORQUÉ ELEGIR ESTE PROGRAMA?

La clave del crecimiento y sostenibilidad de un negocio es que los clientes no solo compren 1 vez, sino que vuelvan y lo recomienden.

En este programa, exploraremos el paso a paso de cómo transformar la cultura de la organización, para centrar al cliente en cada decisión que se tome, y lograr su lealtad y recomendación.

Recorreremos en profundidad los **fundamentos de la disciplina de Customer Experience**, y las 6 dimensiones que conforman la estrategia de experiencia de clientes, incluyendo Definir el propósito, Medir la percepción, Entender al Cliente, Diseñar la experiencia, Transformar la cultura y Alinear a toda la organización.

¿QUÉ INTEGRANTES DE LA EMPRESA PARTICIPAN?

Proponemos formar un “core team” interdisciplinario con un grupo de hasta 12 líderes de diferentes áreas de la organización. Nos basamos en los pilares esenciales de la metodología Agile y procesos de tipo Scrum.

¿QUÉ APRENDERÁ EL EQUIPO?

El propósito es formar a un equipo interno sobre las principales metodologías de la experiencia del cliente, como el Customer Journey Map, los Arquetipos de Clientes, definición de Guías de Experiencia, herramientas de Design Thinking, Modelo Operativo de NPS, programas de VOC (voice of the customer), y aspectos del Employee Engagement como ser la selección, capacitación, programas de reconocimiento e incentivos.

También, contarán con un plan detallado para crear una "**Estrategia de Customer Experience**" para que puedan adaptarla a la necesidad de su negocio, y conocer aspectos clave de la gestión de cambio cultural.



Dictado por: Cecilia Hugony



MODALIDAD

100% online clases en vivo



ESTRUCTURA METODOLÓGICA

Conceptos teóricos + ejemplos de cómo implementarlo
+ ejercitación práctica en base casos reales de tu negocio



FORMATO

1 encuentro semanal de 3 hs, durante 7 semanas



ENTREGABLES

Manual del programa con todos los contenidos teóricos
+ la grabación de cada clase

CLASE 1

Definir el propósito

Interiorizarse sobre los fundamentos de la experiencia de clientes y las **dimensiones de la estrategia customer centric** • Aprender sobre el concepto del círculo dorado de Simon Sinek • Conocer como construir una visión y misión como base del **propósito** • Profundizar sobre el proceso de **definición de los valores** y cómo aplicarlos en **guías de experiencia** para llevarlos a comportamientos observables impactando en la forma que los colaboradores piensan, actúan y se comunican • Profundizar en el proceso de **comunicación y engagement** de la organización • Incorporar los conocimientos ejercitando en base a un caso real de negocio.



CLASE 2

Medir la percepción

Conocer sobre las **métricas de experiencia de clientes** (CES, CSAT, WOM, CHURN, SOE, LTV). Aprender sobre la metodología de **Net Promoter Score** y los tipos de encuesta (relacional, transaccional y fin de viaje) • Conocer como construir las preguntas de la encuesta alineadas al propósito. Conoce las recomendaciones en cuanto a las metodologías, herramientas, kpis y métricas utilizadas para implementar un programa de NPS • Aprender a definir una estrategia de medición por punto de interacción. Conocer los pasos que conforman el **Modelo Operativo de NPS**, que incluye el **Tablero de gestión y seguimiento, Close Loop, Mejora Continua y CX Economics**. Interiorizarse en otras maneras de medir la percepción como el monitoreo de redes sociales, el proceso de escucha de llamadas y las entrevistas con clientes • Incorporar los conocimientos ejercitando en base a un caso real de negocio.



CLASE 3

Entender al cliente

Interiorizarse en el concepto de **arquetipo de clientes** (también llamado design personas) como la clave para entender a quien le hablas • Conocer sobre la metodología para la construcción de perfiles (hipótesis, encuesta, Identificación) • Aprender a aplicar los arquetipos en la capacitación y modelo de relacionamiento de colaboradores de primera línea • Interiorizarse con el **customer journey** como herramienta para el diagnóstico y transformación de la experiencia, profundizando en el proceso de construcción, componentes clave, variantes de modelos, niveles de experiencia por interacción • Aprender a utilizar el **service blueprint** por canal y por área funcional y a Identificar y mapear los momentos de verdad que vive el cliente • Incorporar los conocimientos ejercitando en base a un caso real de negocio.



CLASE 4

Diseñar la experiencia

Aprender a pensar las experiencias predeterminadamente • Conocer sobre la **pirámide de percepción** de clientes, teniendo en cuenta los procesos para la resolución, los sistemas y transformación digital para dar facilidad y los comportamientos para lograr la **conexión personal emocional** • Aprender a utilizar las guías de experiencia como base para lograr un diseño **omnicanal** y conexión del día a día de los colaboradores con los valores de la organización. Interiorizarse en cómo diseñar teniendo en cuenta metodología de **design thinking**, y en base el customer journey del cliente y el modelo de relacionamiento definido, explorar el **mundo digital** (UX), **la tienda física** y el poder de la **atención presencial, el contact center**, como red de contención y las **redes sociales**, como nuevo canal de diálogo y gestión. Incorporar los conocimientos ejercitando en base a un caso real de negocio.



CLASE 5

Inspirar al equipo

Interiorizarse con el concepto del **employee engagement**, entendiendo que la experiencia comienza primero por los colaboradores • Profundizar en los aspectos de **selección del perfil**, aprendiendo a entrevistar por comportamientos y por alineación a los valores • Aprender técnicas de **capacitación** basado en el teatro interactivo, para desarrollar en los colaboradores las habilidades de relacionamiento y conexión emocional • Conocer programas de reconocimiento, para celebrar y motivar a los colaboradores que brindan una experiencia del cliente ejemplar • Aprender a conectar las métricas de percepción de clientes con la **compensación e incentivos** de los colaboradores • Interiorizarse en la importancia que tiene la comunicación en la gestión de **transformación cultural** • Incorporar los conocimientos ejercitando en base a un caso real de negocio.



CLASE 6

Alinear la organización

Interiorizarse sobre el concepto de **gestión de cambio**, como proceso central de la transformación cultural • Aprender a incluir el **insight de los clientes** en los proyectos y toma de decisiones • Conocer como facilitar la **alineación y colaboración** entre las áreas de soporte y operación • Profundizar sobre la metodología **VOC** (voice of the customer) para lograr reconocer las fortalezas, mejores prácticas y oportunidades de mejora en tu organización • Interiorizarse en ejemplos de casos reales, sobre cómo **sensibilizar** rutinariamente a los colaboradores con la experiencia que viven los clientes • Incorporar los conocimientos ejercitando en base a un caso real de negocio.



CLASE 7

Presentación Estrategia de CX

Presentar del plan de acción para poner en marcha la estrategia de customer experience diseñada a partir del conocimiento obtenido en el programa y obtener el feedback del instructor.



PARA CURSAR NECESITAS

≡ Para aprovechar al máximo las clases a distancia, te recomendamos:



Conexión a internet

De ser posible mediante cable de red, sino inalámbrica (Wi-Fi).

Ancho de banda mínimo, 1Mbps (carga/descarga), recomendado 2Mbps en adelante.

Podés verificar la velocidad de tu conexión mediante FAST o Speedtest.

Un micrófono / headset. Integrado en tu equipo, USB, o inalámbrico Bluetooth.



Auriculares.

Aunque tu equipo tenga parlantes, es importante que utilices auriculares para no generar feedback dentro de la sala virtual. Para evitar esto, otra opción es que estés muteado (sin transmitir sonido) en todo momento, pero esto prevendría que puedas interactuar con la clase.

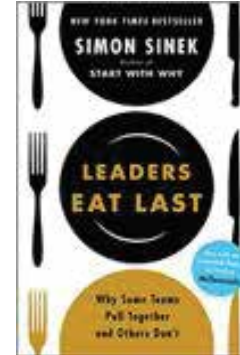
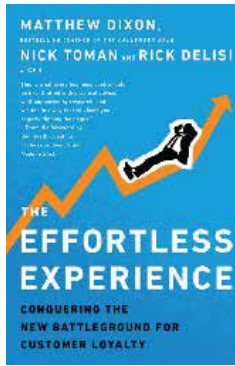
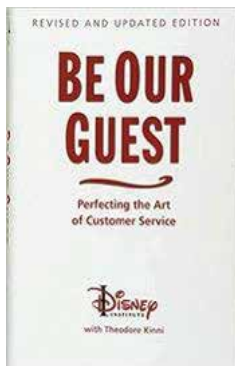
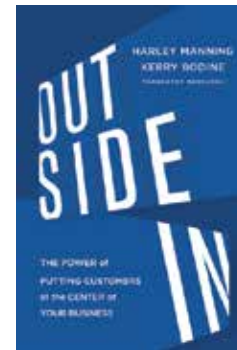
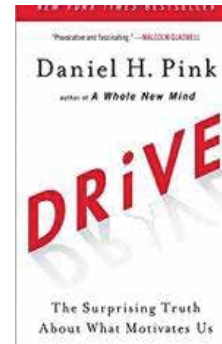
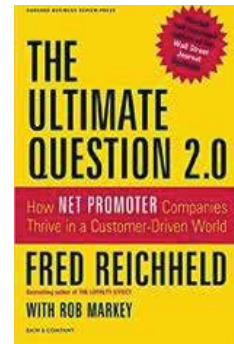
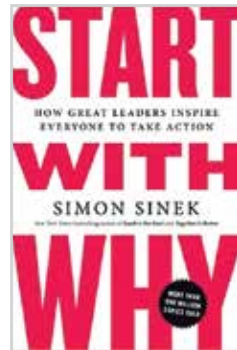
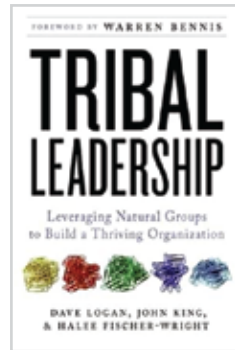
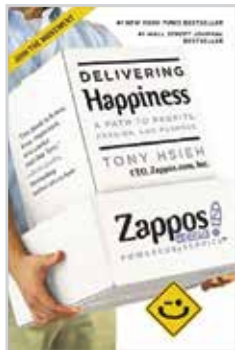


PC, tablets ó dispositivos móviles compatibles con Zoom:

Windows: IE7+, Firefox, Chrome, Safari5+ Mac: Safari5+, Firefox, Chrome

Linux: Firefox, Chrome

PARA LEER RECOMENDAREMOS



BIOGRAFÍA



Cecilia Hugony

Cecilia cuenta con más de 25 años de trayectoria internacional en el área de Experiencia de Clientes, y tiene el convencimiento del impacto que tiene la cultura centrada en el cliente en los empleados, los clientes y el negocio.

Tiene el propósito de hacer accesible el conocimiento de Customer Experience, para que más personas y organizaciones, de forma simple y práctica, puedan entender cómo hacer que los clientes los vuelvan a elegir y recomienden, impactando en ventas y rentabilidad.

Es fundadora de RealCX, donde se desarrolla como oradora y formadora a nivel nacional y regional.

Dirige el Programa Ejecutivo de Customer Experience de la Universidad del CEMA, es ganadora del premio "Women To Watch" 2018 y del premio PAMOIC a la Mejor Profesional del año 2017.

Anteriormente fue responsable por la Estrategia Regional de Clientes en Despegar, directora de Experiencia de Clientes en Frávega, Regional Engagement Manager CX en DIRECTV Panamericana, y en los 10 años que vivió en Estados Unidos, se desempeñó en Microsoft Latam Headquarters, Teleperformance US y Atento.



El programa esta compuesto por una sesión inicial con el sponsor del proyecto, de entre 2 y 3 horas de duración, para establecer prioridades y personalizar el contenido y 7 clases de 3 horas cada una, con el “core team” definido, que puede contener hasta 12 personas.

Consultá costo y fechas disponibles.

 +54 9 11. 5580.7575

 consultas@realcx.net



*real***CX**
in-company