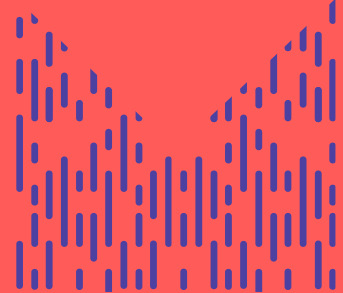
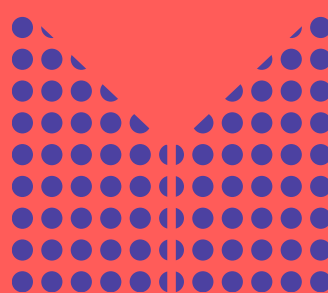
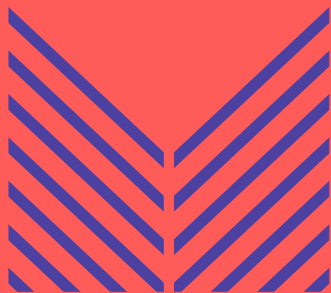
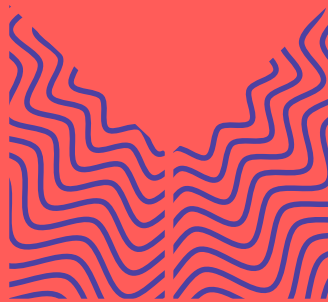
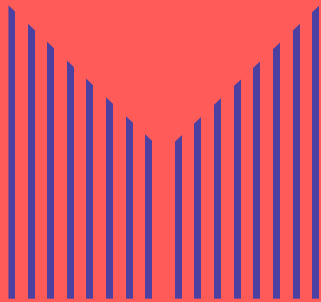




# MEDU

ESCUELA DE INNOVACIÓN





**ENTRENAMOS A PROFESIONALES PARA TRANSFORMAR LATINOAMÉRICA.**

## **NUESTRO PROPÓSITO**

Impulsar la innovación a través de nuevos profesionales que buscan transformar Latinoamérica.

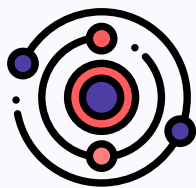
**Clases presenciales y online - en vivo - con la mejor experiencia de aprendizaje.**

Cada curso en Medu es creado en conjunto a empresas y expertos, considerando las capacidades más requeridas para cada rol en las empresas más destacadas de Latinoamérica.





## Una experiencia de aprendizaje para que desarrolles tus capacidades



### CASOS REALES

Sabemos lo importante que es poner en práctica lo aprendido, por eso los expertos en Medu, comparten su experiencia a través de casos reales para complementar tu aprendizaje.



### UNA EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE

Nos preocupamos por que la experiencia de los alumnos en Medu sea memorable desde el primer contacto. Hemos desarrollado una metodología de enseñanza interactiva para garantizar tu participación y experiencia.



### LO MEJOR DE CONTINUUM

Medu nació como un Venture de Continuum y es por eso que continua teniendo el respaldo de sus consultores como expertos, y toda la experiencia de una consultora líder en innovación, estrategia y diseño.

## CURSO

# CUSTOMER EXPERIENCE: HERRAMIENTAS, ESTRATEGIA Y GESTIÓN

En este curso aprenderás el uso de las herramientas necesarias para analizar la experiencia de cliente y además comprenderán como crear una estrategia que nos ayude a transformar a nuestra empresa en Customer Centric, pasando por diagnóstico del estado actual de la empresa y cómo implementar un proyecto de CX.

### INICIO

12 DE SEPTIEMBRE

### DURACIÓN

12 HORAS (SÁBADOS DE 9AM A 12PM GMT-5)

### PRECIO

~~\$240~~ \$175

## A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

- > Profesionales que quieran conocer y practicar el uso de herramientas para el mapeo de la experiencia del cliente.
- > Profesionales que lideren equipos y deseen participar en la definición de estrategias orientadas a la mejora de la experiencia de los clientes.
- > Profesionales que participen o dirijan proyectos para diseñar experiencia de clientes.
- > Emprendedores que deseen aprender a diseñar la experiencia de sus clientes al consumir sus productos y servicios.

## DESPUÉS DEL CURSO

- > Podrás usar diversas herramientas que ayuden a entender y crear las mejores experiencias para los clientes.
- > Podrás entender las claves de negocio de distintos sectores y saber cómo influir en ellas desde el cliente, cómo anticipar los retos de mercado y tomar decisiones organizativas.
- > Podrás analizar el impacto de la estrategia diseñada para una organización.
- > Conocerás las herramientas adecuadas para gestionar un proyecto de mejora de experiencia de cliente.

## TU PROFESORA



## ELENA GARRIDO VAQUERO

*ESPECIALISTA DE CUSTOMER  
& DISTRIBUTOR EXPERIENCE  
EN GENERALI (España)*

Graduada en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid, Master Marketing Science en ESIC. Especialista de Customer Experience desde 2015 en diversos sectores: banca, retail, farma. Coautora de Benchmarks de Experiencia de cliente en sector banca, alimentación, moda, ocio y hogar y sanidad privada en la consultora LUKKAP.

Actualmente especialista de Customer & Distributor Experience en Generali)

# TU CURSO EN DETALLE

El curso cuenta con 4 bloques de 3 horas cada uno, dando un total de 12 horas.



## BLOQUE 1

### INTRODUCCIÓN AL CX Y HERRAMIENTAS PARTE I (3 HORAS)

Conceptos básicos de Customer experience y algunas herramientas que se usan para realizar la medición de la experiencia de los clientes

- > Conceptos generales
  - ¿Quién es el cliente y cómo podemos conocerle?
  - ¿Qué experiencia omnicanal está viviendo hoy?
  - ¿Se puede cuantificar la Experiencia?
- > El Customer Journey Mapping como herramienta de Gestión
- > Herramientas de recogida de información cualitativas (user persona, mapa de empatía)
  - Casos: Casos reales y tendencias de visualización
  - Taller: Construyendo el CJM y conociendo al cliente



## BLOQUE 2

### HERRAMIENTAS DE CX PARTE II (3 HORAS)

En este bloque aprenderán el uso de las herramientas necesarias para analizar la experiencia de cliente desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo

- > Auditoría de canales
  - Diagnóstico digital (con caso práctico)
  - Uso de herramientas digitales para el diagnóstico
- > Midiendo la experiencia de cliente: Metodología cuantitativa
- > De la metodología a la práctica: elaborar un buen cuestionario para medir experiencia
- > De la CX al negocio. Principales indicadores y métricas online
  - Casos: Casos reales y estudios sectoriales
  - Taller: De la metodología a la práctica: mide la Experiencia WOW



## BLOQUE 3

### ESTRATEGIA DE CX (3 HORAS)

Veremos cómo analizar el entorno competitivo de cada compañía y sus retos de negocio para desarrollar estrategias globales de CX que los resuelvan, generando diferenciación y crecimiento sostenible.

- > Introducción a la estrategia de CX
  - Qué es y qué no es
  - Relación con la estrategia global de la compañía y su modelo de negocio
  - Organización y planificación de proyectos estratégicos
- > Principios del diseño estratégico
  - Diferenciación vs mejora competitiva
  - Estrategias tipo
  - Decisiones de alcance y enfoque al abordar un proyecto estratégico de CX
- > Propuesta de valor y Modelo de Relación con el cliente
  - Diferencia entre Propuesta de Valor y Modelo de Relación
  - Cómo definir un eje de relación: Objetivo e implicaciones para el cliente
  - Utilización de la Propuesta de Valor y del Modelo de Relación
- > Implantación estratégica
  - Análisis del impacto organizativo
  - Identificación de retos, riesgos y posibles stoppers
  
  - Casos: Casos reales y estudios sectoriales



## BLOQUE 4

### GESTIÓN DE CX (3 HORAS)

Aprenderemos a analizar el impacto de la estrategia diseñada en la organización, y los principios básicos para establecer un plan de gestión del cambio y un modelo operativo que garantice su implantación.

- > El equipo de CX en la compañía
  - La misión del responsable de CX en la organización
  - Estructura organizativa de compañías Customer Centric

Gestión de proyectos de Customer Experience

- > Transformar una empresa en Customer Centric
  - Traducir la nueva experiencia en proyectos de implantación digitales y de personas
- > Mejorar el CX de forma continua
  - Escucha continua del cliente
  - Desarrollo continuo de la experiencia de cliente
  
  - Casos: Casos reales y estudios sectoriales

