

CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

INNOVA CX

Consumer Research
& Service Design

CX Latam
Institute

LEARN IN
USA



OPCIÓN A SEGUNDA
CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL

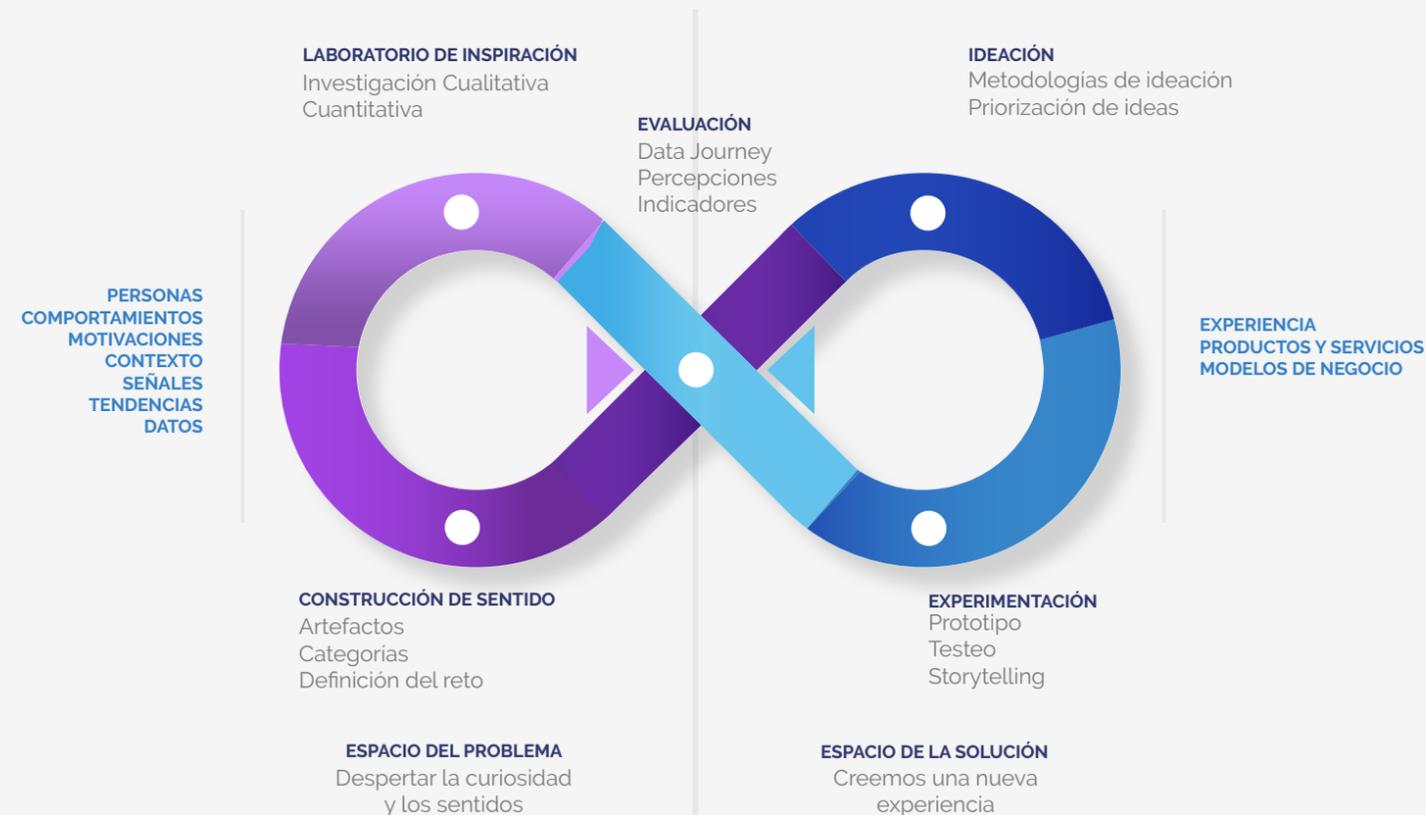


www.cxlataminstitute.com

La innovación como mejora de la experiencia del cliente

En un mundo tan cambiante, frente a personas con exceso de información es importante reconocer cómo se está asumiendo el proceso de compra, entender que los comportamientos y las prioridades de las personas evolucionan rápidamente y que la relación con las marcas hoy en día están influenciadas por un beneficio, un valor agregado o una propuesta con la que se identifican.

¡Conocer las tendencias es el mejor recurso para mejorar la experiencia del cliente!



Promesa de marca | Personas | Procesos | Tecnología | Cultura | Líderes

Aprende a aplicar el Modelo CX Innovation Loop,

Modelo que empieza por entender los comportamientos y las necesidades de las personas combinándolo con la lectura de las señales, tendencias y el contexto (espacio del problema) a partir de los cuales se definen retos para las marcas cuyo enfoque es generar valor para las personas resolviendo una necesidad, combinando las miradas cuanti y cualitativas para enriquecer el entendimiento de los problemas (espacio de la solución).

Diseñado para :

→ LÍDERES DE GRANDES ORGANIZACIONES, TOMADORES DE DECISIONES.



→ EQUIPO ESTRATÉGICO Y TÁCTICO DE LAS ORGANIZACIONES, QUE QUIERAN IMPULSAR LA TOMA DE DECISIONES CON ENFOQUE EN LA EXPERIENCIA AL CLIENTE E INNOVACIÓN.



→ LÍDERES Y EQUIPOS DE ÁREAS DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE, DISEÑO DE EXPERIENCIA O DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS



→ EMPRENDEDORES Y START UPS QUE QUIERAN DARLE A SU MARCO DE ACTUACIÓN UN PLUS Y POTENCIAR SUS RESULTADOS



→ COOLHUNTERS (PROFESIONALES ENCARGADOS DE IDENTIFICAR FUTURAS TENDENCIAS, OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y DESCUBRIR NUEVOS NICHOS DE MERCADO)



¿Qué aprenderé?



INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

Tomarás lo mejor de cada método de investigación para enriquecer la mirada centrada en las personas. Verás la riqueza que añaden la combinación de las miradas cuantitativa (números e indicadores) y cualitativa (etnografía) para enriquecer nuestros proyectos e iniciativas de innovación y diseño de experiencia.



HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN Y SERVICE DESIGN

Sabrás cómo hacer un cartograma de tendencias para implementarlo en el día a día de las empresas y monitorear la evolución de estas tendencias, encontrando oportunidades de innovación superando así a los competidores. Aprenderás a crear arquetipos de personas, mapas de empatía, mapas de stakeholder, customer journey map, blueprint, job to be done, canvas de propuesta de valor, pulsiones, entre otras herramientas de diseño centrado en lo humano.



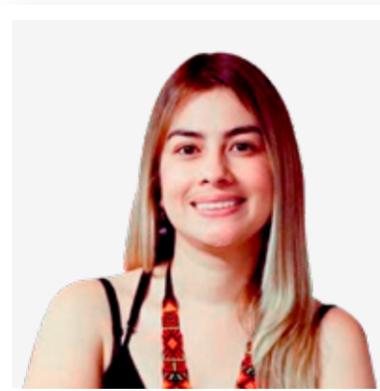
TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA GENERAR IDEAS Y CO CREAR LA EXPERIENCIA DESEADA

Adquirirás habilidades para generar ideas y usarás la creatividad para encontrar las formas de mejorar las experiencias. Activando el pensamiento lateral y explorando caminos que te llevarán a encontrar soluciones innovadoras.

¿Qué significa ser participante del programa **Innova CX**?

- ▶ Vivirás una experiencia de aprendizaje teórico-práctica en la que conocerás las habilidades, los hábitos, el proceso y las herramientas que permiten adoptar un mindset innovador y disruptivo para crear mejores experiencias combinando investigación y service design.
- ▶ Aplicarás los conceptos aprendidos en clases a casos prácticos y al proyecto final que será implementado a una empresa real.
- ▶ Aprenderás de la mano de tres expertas y apasionadas en el campo de la innovación, los datos y la experiencia del cliente.
- ▶ Conocerás personas de toda latinoamérica que enriquecerán tu networking y se convertirán en tus compañeros de equipo en esta experiencia de aprendizaje
- ▶ Recibirás la Certificación como Experto en Innova CX: Consumer Research & Service Design emitido por CX Latam Institute y opcionalmente, podrás acceder al diploma de reconocimiento en los Estados Unidos emitido por Florida Global University.

Expertas en servicio, innovación y tendencias de mercado

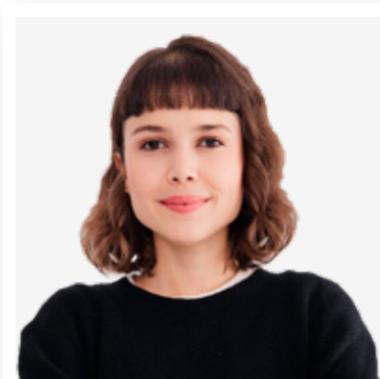


EXPOSITOR

Marcela Fernández

Especialista en Business Intelligence, administradora de empresas y apasionada por el servicio, 15 años de experiencia en el sector de atención al cliente, énfasis en gobierno, calidad y gestión de la información para tomar decisiones a todos los niveles de la organización.

Implementación de Data Journey, enlazando los datos para brindar soporte a los diferentes procesos y asegurar una correcta gestión de la información como elemento principal en la experiencia de los clientes.



EXPOSITOR

Valentina Guzmán Ángel

Publicista, Investigadora estratégica y Cazadora de tendencias. Especializada en Coolhunting en el IED de Barcelona Investigadora en Invamer y Tendencial, CI HERMECO - OFFCORSS, jefe de investigación de mercados y tendencias de CRYSTAL - GEF, PUNTO BLANCO, BABY FRESH y GALAX. Directora y fundadora de Cartograma, laboratorio de investigación de mercados y tendencias en Colombia. Investigación y capacitación en la investigación de tendencias y su traducción como oportunidad de innovación.



EXPOSITOR

Natalia Gómez

Comunicadora Social y Periodista, publicista y Especialista en Gerencia de Mercadeo con más de 15 años de experiencia en comunicaciones corporativas, mercadeo y experiencia del cliente. Vicepresidenta de Experiencia del Cliente en Emtelco y speaker internacional.

Módulos del programa

01 Pongámonos en sintonía

1. La innovación viene de ti
2. Personas, modelos mentales y sesgos
3. Introducción al diseño centrado en el usuario: componentes y principios para diseñar centrados en las personas
4. El espacio del problema y el espacio de la solución
5. Método y herramientas

02 Despertemos la curiosidad y los sentidos

1. Introducción a las tendencias y al consumidor de hoy
2. ¿En qué señales debemos fijarnos? ¿Cómo descubrir insight o patrones? Herramientas clave. Cartograma de tendencias.
3. Investigación cualitativa (etnográfica): métodos y herramientas
4. Investigación cuantitativa: métodos y herramientas

03 Construyamos una visión compartida del problema

1. ¿Cómo hacer convergencia? Procesar, agrupar, categorizar, codificar, sintetizar, validar.
2. Herramientas para la interpretación y la visión compartida del problema
3. Definición del reto: pregunta mágica

04 Creemos una nueva experiencia

1. Principales técnicas y herramientas para generar ideas y co crear la experiencia deseada
2. ¿Cómo liderar una sesión grupal de divergencia?
3. Prototipo: usabilidad e interacción
4. Storytelling

05 Workshop: ¡Manos a la obra! Creemos una nueva experiencia y generemos ideas

Cocreación grupal para poner en práctica las herramientas y métodos aprendidos, en donde a partir de un arquetipo, journey y dolores específicos trabajarán en el espacio del problema y solución y será presentado al estilo Shark tank.

06 Midamos, escuchemos y preguntemos sobre la experiencia

1. Pitch de la Experiencia rediseñada del reto por parte de cada equipo
2. Modelo de medición de la experiencia
3. Data Journey

Trabajo Final: Implementa todo lo aprendido a una empresa real



CXDM CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN AND MANAGEMENT

Customer Experience – El Contexto

Customer Experience o Experiencia del cliente, se ha convertido en tendencia empresarial debido al valor que genera enfocarse en los clientes. De acuerdo a recientes estudios, la experiencia tomó ventaja por encima del producto y precio, por lo tanto, ante propuestas similares, el cliente va a elegir aquella que brinde una mejor experiencia integral.

La estrategia de Customer Experience, debe contemplar el conocimiento de los clientes, competencia y colaboradores, la identificación de las brechas entre el escenario actual y deseado, el diseño e implementación de mejoras y la definición de una estrategia de medición que permita conocer si vamos por el camino correcto.

Customer Experience tiene como objetivo crear experiencias duraderas, mucho más que ofrecer un buen momento.

Aplicada de manera integral, una estrategia de Customer Experience, permitirá definir un futuro diferenciador que valore al cliente y permita obtener mejores resultados.

Modalidad: 100% online con clases en vivo



Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

- 1. Modelo Integral CX360. Mapa de empatía
 - Tema 1: Evolución del Customer Service al Customer Experience
 - Tema 2: Experiencias WOW
 - Tema 3: Modelo CX360: Diseño, gestión y medición de la experiencia del cliente
 - Tema 4: Mapa de empatía. Conocimiento del cliente
 - Evaluación del Módulo 1
- 2. La competencia y colaboradores. Introducción CX Tools
- 3. Customer Journey Map. Metodología y casos de aplicación
- 4. Blueprint. Metodología y casos de aplicación
- 5. Innovación y rediseño de experiencia. Modelo CX rediseñado

1. Modelo integral CX360. Mapa de empatía

COMPLETADO

Lección | Materiales

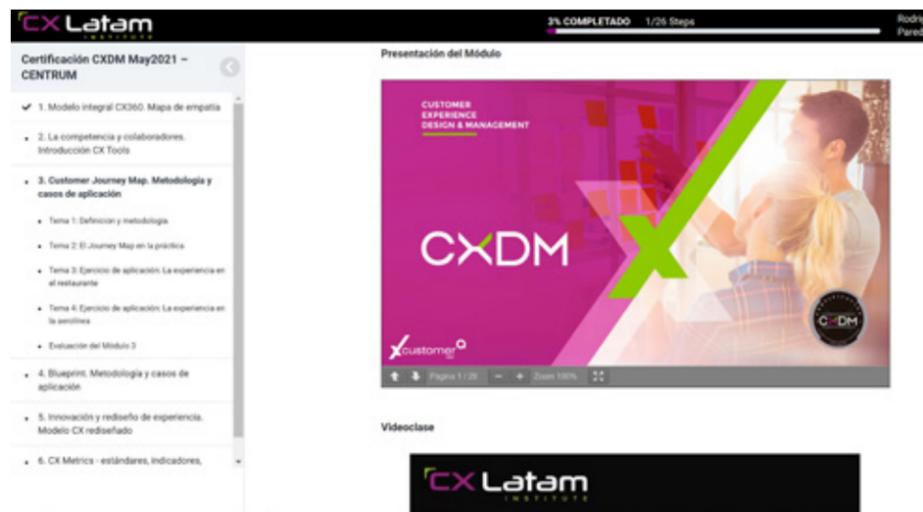
Introducción

El primer módulo del programa tiene como objetivo dar a los participantes una visión general del tema. A través de la explicación del experto y la revisión de diferentes casos reales los participantes tendrán una visión general de lo que está pasando en el mundo respecto a Customer Experience y el por qué dejó de ser una moda pasajera, para convertirse en un generador de rentabilidad y diferenciación para las organizaciones.

Se explica la importancia de implementar un modelo de diseño, gestión y medición de experiencia del cliente, tomando como referencia el Modelo XCUSTOMER 360, el cual ha sido implementado en diferentes países en empresas de diferentes sectores, y es a su vez, la base del libro Construyendo Xperiencias, best seller en Latinoamérica y USA.

Objetivos

- Brindar al participante una visión integral sobre Customer Experience, tendencias actuales.



Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

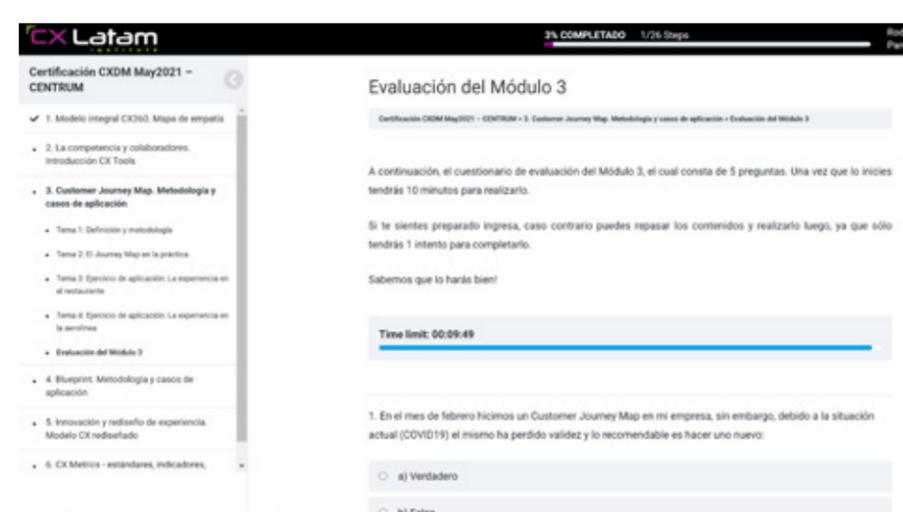
- 1. Modelo Integral CX360. Mapa de empatía
- 2. La competencia y colaboradores. Introducción CX Tools
- 3. Customer Journey Map. Metodología y casos de aplicación
 - Tema 1: Definición y metodología
 - Tema 2: El Journey Map en la práctica
 - Tema 3: Ejercicio de aplicación: La experiencia en el restaurante
 - Tema 4: Ejercicio de aplicación: La experiencia en la aerolínea
 - Evaluación del Módulo 3
- 4. Blueprint. Metodología y casos de aplicación
- 5. Innovación y rediseño de experiencia. Modelo CX rediseñado
- 6. CX Métricas - estándares, indicadores.

Presentación del Módulo

CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN & MANAGEMENT

CXDM

Videoclase



Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

- 1. Modelo Integral CX360. Mapa de empatía
- 2. La competencia y colaboradores. Introducción CX Tools
- 3. Customer Journey Map. Metodología y casos de aplicación
 - Tema 1: Definición y metodología
 - Tema 2: El Journey Map en la práctica
 - Tema 3: Ejercicio de aplicación: La experiencia en el restaurante
 - Tema 4: Ejercicio de aplicación: La experiencia en la aerolínea
 - Evaluación del Módulo 3
- 4. Blueprint. Metodología y casos de aplicación
- 5. Innovación y rediseño de experiencia. Modelo CX rediseñado
- 6. CX Métricas - estándares, indicadores.

Evaluación del Módulo 3

A continuación, el cuestionario de evaluación del Módulo 3, el cual consta de 5 preguntas. Una vez que lo inicies tendrás 10 minutos para realizarlo.

Si te sientes preparado ingresa, caso contrario puedes repasar los contenidos y realizarlo luego, ya que sólo tendrás 1 intento para completarlo.

Sabemos que lo harás bien!

Time limit: 00:09:49

1. En el mes de febrero hicimos un Customer Journey Map en mi empresa, sin embargo, debido a la situación actual (COVID19) el mismo ha perdido validez y lo recomendable es hacer uno nuevo:

a) Verdadero

b) Falso

Plataforma Educativa

La experiencia en vivo se complementa con actividades, evaluaciones y material complementario en la plataforma de CX Latam Institute



Diploma Certificación

INNOVA CX

**Consumer Research
& Service Design**

Este certificado se otorga a:

Quien ha completado con éxito los requisitos para ser reconocido como

INNOVA CX Certified

Utilizando el Modelo CX Innovation Loop de

CX Latam Group®

Duración: 24 horas + trabajo final
Fecha: 2025
Modalidad: online en vivo

Rodrigo Fernández de Paredes A.
CEO CX Latam Group

Nota: El programa incluye la emisión del diploma de CX Latam Institute

Recuerda, por llevar este programa obtendrás



KIT INNOVA CX: CONSUMER RESEARCH & SERVICE DESIGN

KIT de herramientas con las plantillas y guías de materiales aprendidos durante el programa.



Material adicional

Pack de documentos con material especial sobre investigación, innovación y tendencias que complementan el aprendizaje.



INNOVA CX Partner:

Durante las sesiones y la realización del trabajo final, contarás con el apoyo de tus docentes para que te acompañen en tu ruta de aprendizaje.

Soluciones de formación In House a la medida de tu empresa

Beneficios exclusivos para empresas

- Tarifas exclusivas en programas abiertos
- Tarifa preferencial en programas In House
- Descuentos permanentes
- Extensión de beneficios



Contacto

Ventas individuales y corporativas

Sheyla Manzanedo

Móvil y Whatsapp (51) 950095428

smanzanedo@cxlata.com

