

CXDM

Customer Experience Design and Management



LEARN IN
USA



OPCIÓN A SEGUNDA
CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL



www.cxlataminstitute.com

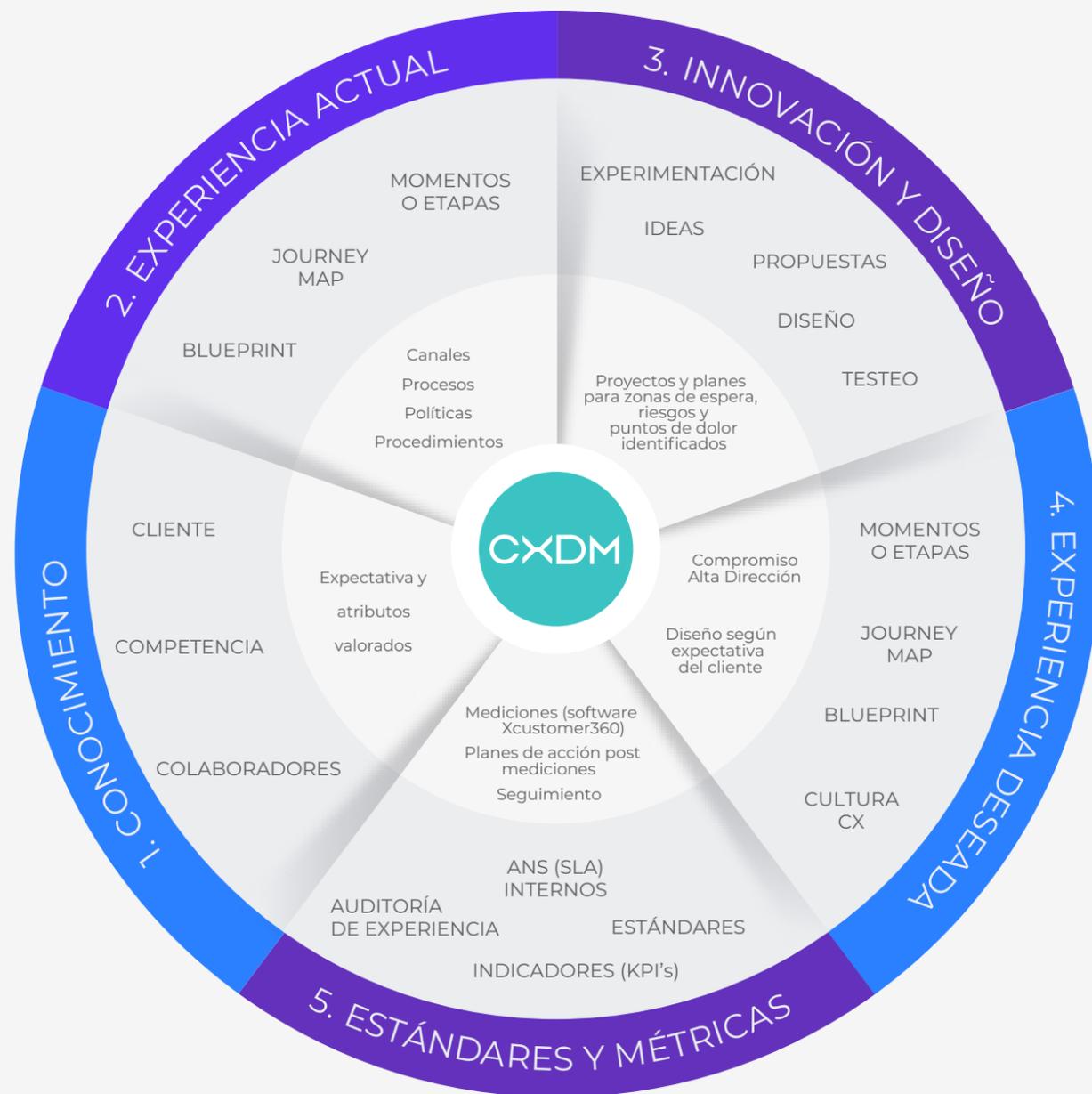
Confianza, simplicidad y servicio

Según recientes estudios realizados por Xcustomer Group, al momento de elegir una marca los clientes evalúan diferentes aspectos, sin embargo, los 3 que influyen más en la decisión de compra son: que la marca les inspire confianza; que la relación tanto para comprar u otra gestión sea simple y ágil; que le brinden un trato amable y cálido en cada interacción.



Da los primeros pasos para convertirte en un experto en **Customer Experience**

una de las disciplinas más demandadas por las empresas en la actualidad.



Implementa un Modelo integral de **Customer Experience**

Conoce a tus clientes y colaboradores, diseña y gestiona el Customer Journey Map y el Service Blueprint, mide lo que realmente importa. Transforma tu organización en una organización centrada en los clientes.

Diseñado para :

→ GERENTES, DIRECTORES O RESPONSABLES DE CUSTOMER EXPERIENCE



→ EMPRESARIOS Y EJECUTIVOS DE EMPRESAS



→ ANALISTAS Y LÍDERES DE ÁREAS DE EXPERIENCIA



→ PROFESIONALES DE DIFERENTES ÁREAS



→ EMPRENDEDORES Y PROFESIONALES INDEPENDIENTES



¿Qué aprenderé?



Implementar, gestionar y monitorear un modelo de gestión integral de Customer Experience en cualquier organización, tomando como base el CX Model de Xcustomer Group®.



Construir el dashboard de indicadores, la estrategia de medición de estándares y voz del cliente. Diseñar una estrategia de medición y sus respectivos instrumentos.



Interpretar e implementar herramientas de Customer Experience como el Customer Journey Map y Service Blueprint. Conocer los aspectos clave a considerar para transmitir la Cultura CX a los colaboradores

¿Qué significa ser participante del programa CXDM?

- ▶ Te vas a sumergir en una experiencia entretenida y disruptiva, donde aprenderás conceptos, modelos y herramientas de aplicabilidad inmediata en tu organización.
- ▶ Aplicarás todo lo aprendido en un proyecto final en equipos, el cual será implementado en una empresa real.
- ▶ Podrás implementar un modelo integral de gestión de la experiencia, desarrollando habilidades necesarias para crear una visión integral del mundo del customer experience.
- ▶ Harás networking con participantes de empresas de diferentes países.
- ▶ Recibirás la Certificación como Experto en Customer Experience de CX Latam Institute y tendrás la opción de obtener un Diploma con reconocimiento en los Estados Unidos, emitido por Florida Global University.



EXPOSITOR

Rodrigo Fernández de Paredes Alegría

- ▶ CX Speaker y asesor internacional.
- ▶ Autor del libro 'Construyendo Xperiencias' primer libro especializado en Customer Experience en Latinoamérica.
- ▶ Asesor y capacitador en empresas de 12 países, entre ellas: The Ritz-Carlton (España), Banco Davivienda (Colombia), ARS Humano (Rep. Dominicana), Argos (Rep. Dominicana y Panamá), Banco del Pacífico, Claro y Aeropuerto de Galápagos, (Ecuador), Ferreyros, Hotel SUMAQ, entre otras (Perú).
- ▶ Diseñó la Certificación CXDM (Customer Experience Design & Management) realizada en 12 países, y los programas de Customer Experience de las siguientes universidades: UNINORTE, ICESI y UNIANDES (Colombia), Pacífico Business School y CENTRUM PUCP (Perú).
- ▶ Creador del modelo especializado en Customer Experience, denominado XCUSTOMER 360®.
- ▶ Co-creador del software de medición de experiencia Xcustomer360®.
- ▶ Ha ocupado cargos directivos en Graña y Montero (Línea 1 del Metro de Lima), Cálidda, Americatel, Telefónica entre otras empresas. MBA (ESAN), Postgrado en Marketing Relacional (UPC).
- ▶ Presidente Ejecutivo de CXLA Customer Experience Latam Association.



EXPOSITOR

Raúl “El Coach” Camacho

- ▶ Es un ciudadano del mundo. SPEAKER, FACILITADOR Y COACH EN DIFERENTES PAÍSES, HA CAPACITADO MILES DE PERSONAS.
- ▶ Autor del Libro Yo Servidor. Por aquello de ser “turismólogo” creó su primera empresa en Venezuela llamada Mundo Brújula a los 19 años, la cual recibió en el 2019 el BIZZ AWARDS otorgado por World Federation of business .
- ▶ Hoy vive en Colombia y es cofundador de Living Trips, considerada una de las 500 empresas en la región cafetera.
- ▶ Como speaker y coach internacional es conocido por contar sus experiencias y pulir el diamante a otros emprendedores en países como Bolivia, México, Panama, Colombia, Perú , Estados Unidos y Venezuela, Su lema es “Hoy aquí , mañana en cualquier parte del mundo“
- ▶ Es experto en apertura de mercados turísticos mundiales, destacando su labor de posicionamiento del Destino República Checa en el mercado peruano - colombiano, así como el acompañamiento de posicionamiento del Destino “Colombia” para el emergente mercado chino.

Módulos del programa

01 **Modelo Integral de Customer Experience**
Modelo integral CX que incluye: investigación, experiencia actual, innovación y rediseño, experiencia 'to be' y estrategia de medición

02 **CX Tools 1 Customer Journey Map**
Permite comprender las brechas entre lo que espera el cliente y lo que recibe en cada interacción durante su experiencia

03 **CX Tools 2 Service Blueprint**
Herramienta clave para el diseño de un producto o servicio. Profundiza en los procesos identificando riesgos, problemas y oportunidades.

04 **CX Metrics. Estrategia de Medición y principales indicadores**
Estándares, indicadores, instrumentos de medición, dentro de un programa de voz del cliente.

05 **Liderazgo de equipos para el empoderamiento de la Cultura CX**
Descubriendo al cliente interno desde el 'Yo Servidor', cómo lograr que las personas interioricen la Cultura CX

06 **Fortaleciendo el compromiso. ¿Cómo transmitir la cultura CX a los colaboradores?**
Estrategia para la transformación de los equipos enfocados en el cliente.

07 **Business Case y sustentación de trabajos finales**
Presentación de un caso de éxito real. Sustentación de trabajos finales



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
- 6. CX Métricas - estándares, indicadores.

1. Modelo integral CX360. Mapa de empatía

COMPLETADO

Lección | Materiales

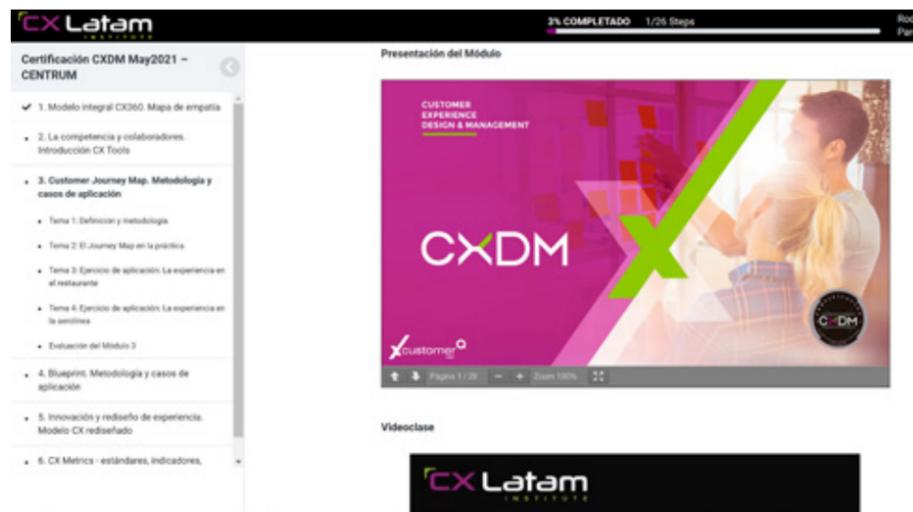
Introducción

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

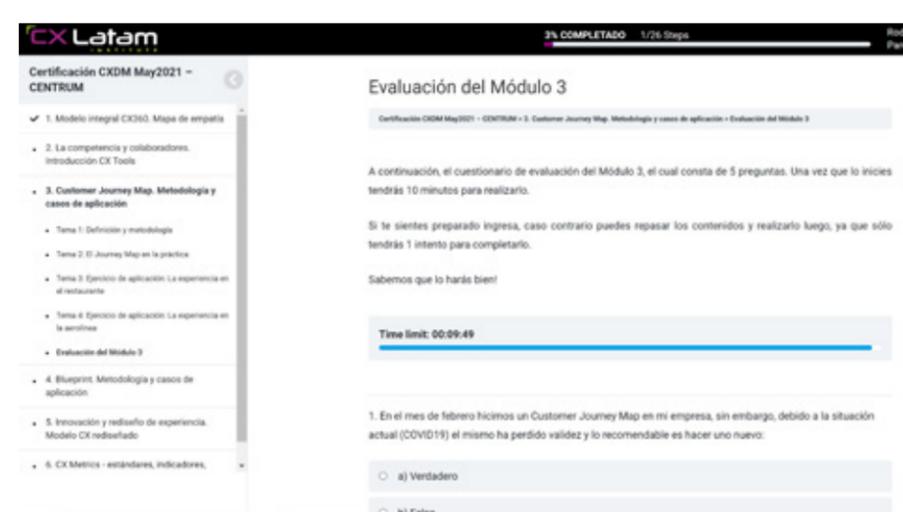
- 1. Modelo Integral CX360. Mapa de empatía
- 2. La competencia y colaboradores. Introducción CX Tools
- 3. Customer Journey Map. Metodología y casos de aplicación
 - Tema 1: Definición y metodología
 - Tema 2: El Journey Map en la práctica
 - Tema 3: Ejercicio de aplicación: La experiencia en el restaurante
 - 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

COMPLETADO

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

Customer Experience Design and Management



Este certificado se otorga a:

Quien ha completado con éxito los requisitos para ser reconocido como

CXDM Certified

Utilizando el Modelo de Customer Experience de

CX Latam Group®

Duración: 20 horas + trabajo final
Fecha: Agosto 2022
Modalidad: online en vivo

Rodrigo Fernández de Paredes A.
CEO Xcustomer Group LLC

Diploma Certificación



Recuerda, por llevar este programa obtendrás



KIT CX Tools

Plantillas para que puedas implementar el Customer Journey Map y Service Blueprint en tu empresa



CX e-books

Versión digital (Kindle) del libro Construyendo Xperiencias y Yo Servidor



CX Partner

Durante las sesiones y 30 días de plazo para 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@cxlataam.com



www.cxlataminstitute.com