

Certificación Internacional

TDX

Transformación Digital y Customer Experience

LEARN IN
USA



OPCIÓN A DOBLE
CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL



EX Latam
Institute

cxlataminstitute.com

En el mundo actual, lo único que no cambia es el cambio

Las empresas se esfuerzan por diferenciarse de la competencia y, cuando lo han logrado, nuevamente deben reinventarse porque si se duermen desaparecen, y en este aspecto, la tecnología está jugando un papel cada vez más importante. Customer Experience y Transformación Digital son **DOS DE LAS TENDENCIAS MÁS FUERTES EN LA ACTUALIDAD**, se vuelve muy difícil comentar de una sin dejar de mencionar a la otra.

cxlataminstitute.com

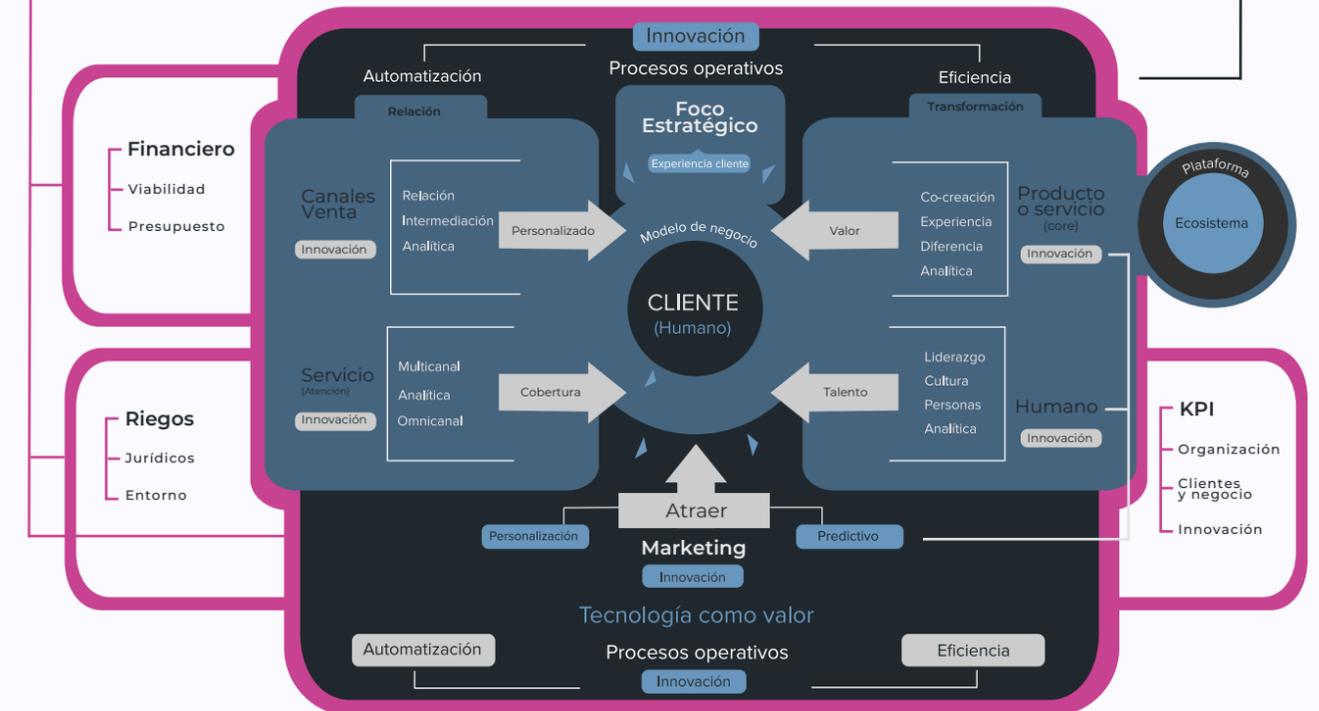
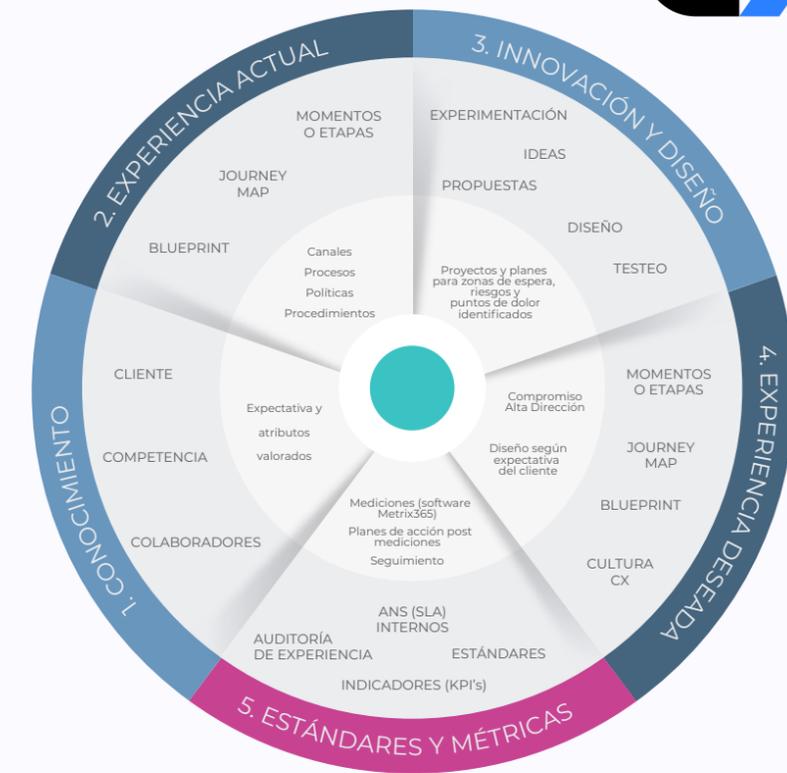
Una estrategia de CX involucra a todas las áreas de la empresa

CX implica identificar, diseñar y gestionar todos los momentos e interacciones que vive el cliente con la organización, trabajando tanto en aspectos visibles como no visibles. El cliente de hoy quiere todo más rápido, usa canales digitales todo el tiempo: si pudiera hacer todo desde el móvil lo haría. Y es aquí donde la transformación digital juega un rol clave para llegar a satisfacer lo que el cliente actual espera recibir de las empresas.

cxlataminstitute.com

Aplica una estrategia que combine customer experience y transformación digital

En las sesiones aprenderás a desarrollar e interpretar herramientas como: Omnichannel Journey, Innovation Journey y el Customer Journey Map, así como los Modelos GAT[®] y Modelo CX de Xcustomer Group[®]



cxlataminstitute.com

Diseñado para :

- GERENTES, DIRECTORES O RESPONSABLES DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL
- EMPRESARIOS Y EJECUTIVOS DE EMPRESAS DE CUALQUIER TAMAÑO Y SECTOR

- GERENTES, DIRECTORES O RESPONSABLES DE CUSTOMER EXPERIENCE
- PROFESIONALES DE ÁREAS DE CUSTOMER EXPERIENCE Y TRANSFORMACIÓN
- EMPRENDEDORES Y PROFESIONALES DE DIFERENTES ÁREAS

Modelo integral CX

Conocer nuevos modelos de negocio y cómo las organizaciones logran el gran desafío de pasar de Productos a Plataformas.

Herramientas CX

Desarrollar las herramientas de ideación para lograr una disrupción en el core (producto-servicio), diseñar modelos de negocio y generar diferenciación en el mercado.

Estrategia y Estructura CX

Comprender los aspectos a tomar en cuenta para diseñar una estrategia de omnicanalidad, gestionando los canales de contacto, pero no desde una perspectiva multicanal, sino omnicanal, a fin de acercar la interacción con los clientes bajo un enfoque relacional, en lugar del transaccional.

A hand in a dark suit sleeve reaches out from the left, pointing towards a glowing blue network of interconnected nodes and lines that resembles a globe or a complex data structure. The background is dark with some light spots.

¿Qué aprenderé?

cxlataminstitute.com

¿Qué significa ser participante del programa TDX?

Recibirás la Certificación como Experto en Customer Experience emitido por CX Latam Institute y el Diploma con reconocimiento en los Estados Unidos emitido por Florida Global University



El participante tendrá 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.

El programa desarrolla un viaje en el que el participante se sumerge en un proceso que le permitirá, de manera colaborativa, desarrollar un proyecto de Transformación Digital y Customer Experience de un producto o servicio, aplicando la lógica y estructura del Modelo GAT y el Modelo CX de Xcustomer Group.



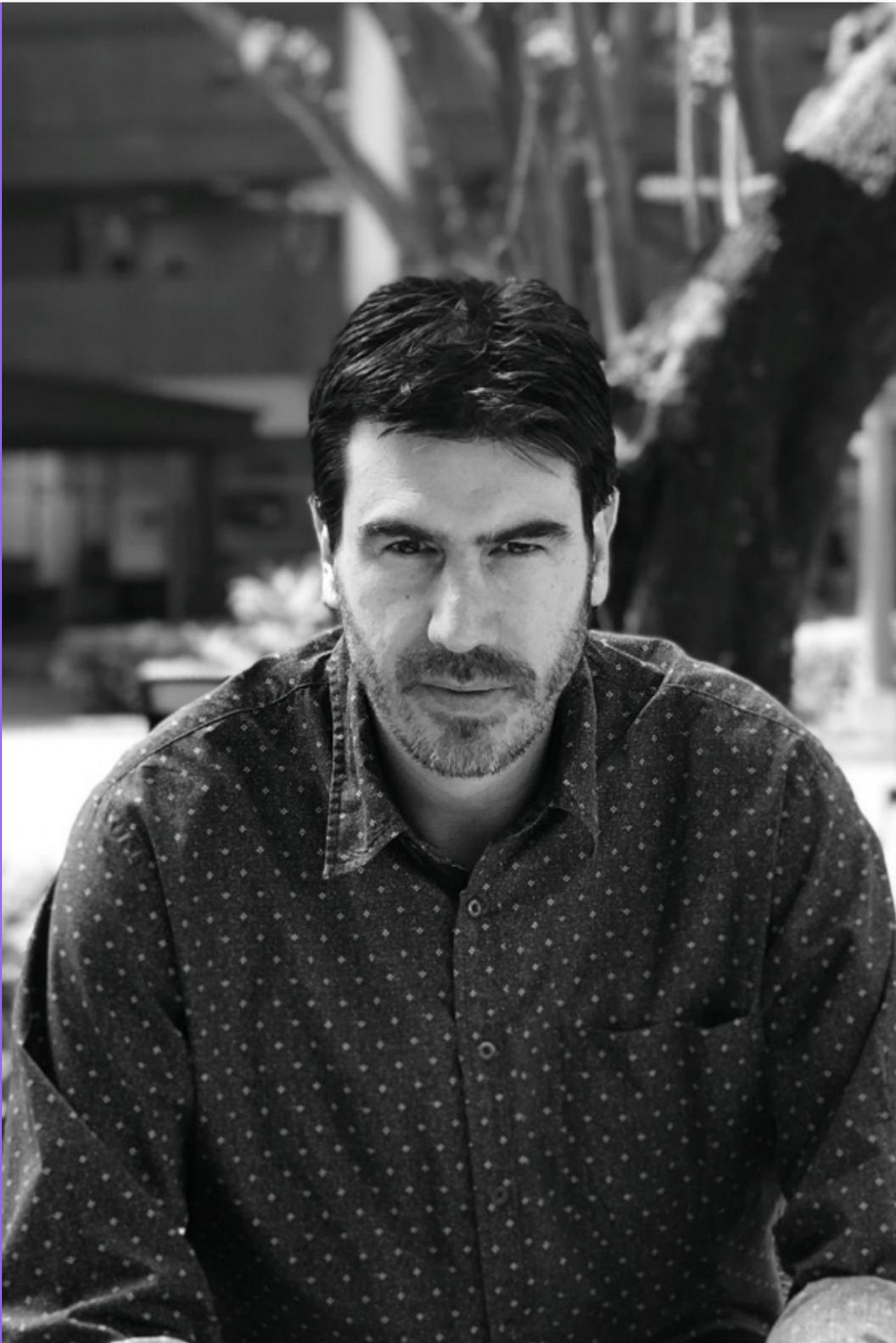
Se analizará el impacto de la Transformación Digital en la estrategia de Customer Experience. Los canales y la estrategia han cambiado, así como las expectativas de los clientes, por lo tanto, no podemos seguir haciendo lo mismo.



Rodrigo Fernández de Paredes Alegría

EXPOSITOR 🇵🇪

- ▶ 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), Cál-



Gabriel Alzate Tobón

EXPOSITOR 

- ▶ Es fundador y Speaker en GAT DIGITAL, creador del modelo de transformación digital GAT y metodología de innovación innovation journey, es considerado uno de los líderes más
- ▶ influyentes en innovación y transformación digital en Latinoamérica. Actualmente es director de innovación, transformación digital y tecnología en Socia BPO. Es un ejecutivo con más de 20 años de experiencia en estrategia digital, con más de 15 años en investigación de innovación digital y 12 años en investigación de transformación digital.
- ▶ Durante 17 años lideró la estrategia digital en SURA Colombia, lideró la gerencia de innovación y transformación digital en una multinacional de tecnología, ha sido consultor de múltiples empresas en innovación y transformación digital.
- ▶ Actualmente es cofundador de InnovaTDX Summit, evento realizado exitosamente en el 2022 para la comunidad empresarial de Colombia.

Módulos del programa

- 01** **Modelo CX y principales herramientas**
- * Evolución: del Customer Service al Customer Experience
 - * Experiencia Emocional versus Experiencia Funcional
 - * Modelo CX360. Diseño, gestión y medición de la experiencia del cliente
 - * CX Tools. Customer Journey Map y Blueprint

- 02** **Inicio de la transformación digital - Modelo GAT**
- * Reinención de modelo de negocio
 - * La Cultura como elemento clave en la transformación digital
 - * Los clientes, las tendencias y el diagnóstico
 - * Foco estratégico de la Transformación Digital

- 03** **Evolución hacia el Digital Customer Experience**
- * Del Customer Experience al Digital Customer Experience
 - * El camino para el rediseño de la experiencia
 - * Digital Customer Experience

- 04** **Omnichannel Journey CX Metrics**
- * Omnichannel Journey
 - * Estrategia de medición
 - * Principales Indicadores

- 05** **La disrupción en el core del negocio: Innovation Journey**
- * De Productos a Plataformas
 - * Herramientas y ejercicio de aplicación
 - * Nuevo entorno empresarial DACAR: Digital, adaptación, cambios, ansiedad y resiliencia.

- 06** **Multicanalidad y Omnicanalidad**
- * Matriz de canales y procesos
 - * Diseñar los cómo de cada proceso y canal



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 los factores diferenciadores que valoran al cliente y generarlos.

“LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL NO ES POSIBLE SIN LA TRANSFORMACIÓN DE PERSONAS”

Modalidad: 100% online con clases en vivo



3% COMPLETADO 1/26 Steps

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

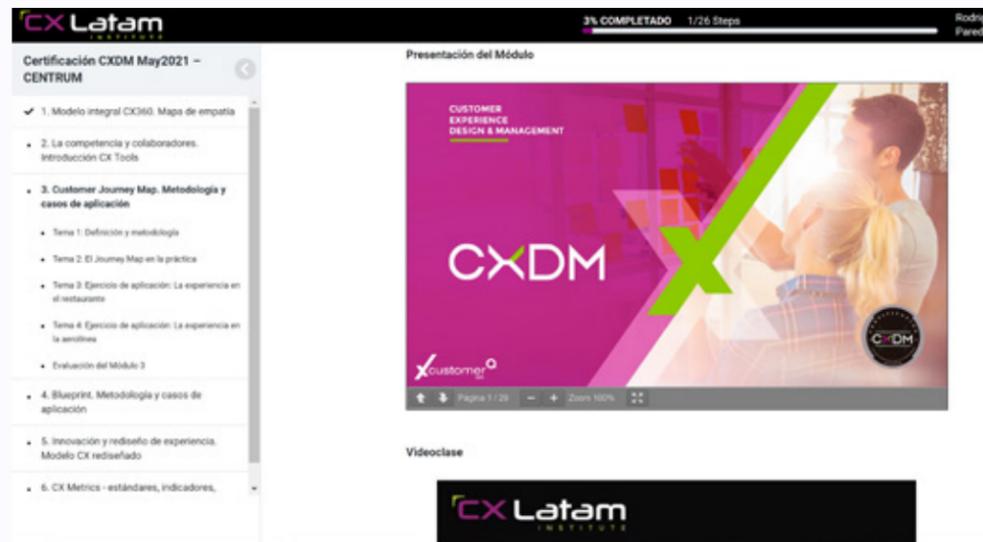
Introducción

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,



3% COMPLETADO 1/26 Steps

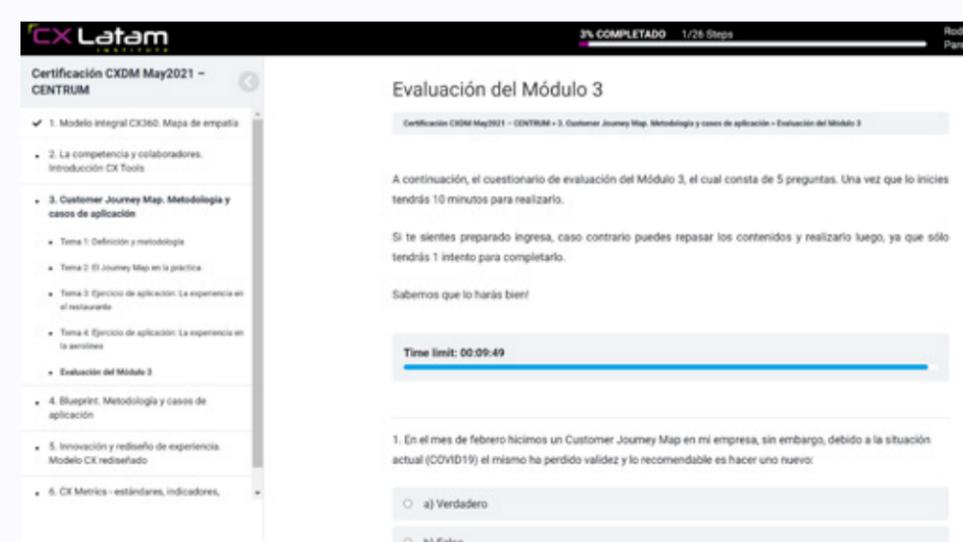
Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

- 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 Metrics - estándares, indicadores.

Presentación del Módulo



Videoclase



3% COMPLETADO 1/26 Steps

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 Metrics - 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

cxlataminstitute.com

Plataforma Educativa

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



Transformación Digital y Customer Experience

Este certificado se otorga a:

Quien ha completado con éxito los requisitos para ser reconocido como

TDX Certified

Utilizando el Modelo de Customer Experience de

Xcustomer Group®

Duración: 18 horas + trabajo final
Fecha: 2023
Modalidad: online en vivo

Rodrigo Fernández de Paredes A.
CEO CX Latam Group

Certificado de culminación

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

Recuerda, por llevar este programa obtendrás

KIT ADVANCED TDX Tools

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

MATERIAL ADICIONAL TDX

Pack de documentos con material especial sobre Transformación Digital y Customer Experience

TDX 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.





Doble Certificación

Diploma del Programa Internacional en Advanced Customer Experience Certification expedido por CX Latam Institute y Florida Global University*, ambos en formato digital.



Modelo de CX basado en el libro Construyendo Xperiencias

Nuestro CX Framework, de autoría de nuestro CEO Rodrigo FDP plasma las principales herramientas, técnicas y disciplinas que te permitirán fidelizar a tus clientes y generar rentabilidad para tu organización.



Networking internacional

Tendrás la oportunidad de compartir y aprender con profesionales de distintos sectores, los cuales están conformados por: 40% de mandos altos, 30% de mandos medios, 20% de ejecutivos y 10% de consultores.



Docentes especialistas líderes en la región

Contamos con una rigurosa selección de los más reconocidos especialistas en cada una de las disciplinas que conforman el programa, con experiencia a nivel formativo y como líderes en grandes empresas de la región.



Metodología disruptiva y práctica

Clases 100% prácticas, disruptivas, entretenidas, y co-diseñadas por nuestro equipo de expertos, quienes aportarán mucho valor a tu desarrollo profesional.

cxlataminstitute.com

Por qué formarte con CX Latam Institute

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

Sheyla Manzanedo
Móvil y Whatsapp (51) 950095428
smanzanedo@cxlataam.com

