

Curso

Curso de Customer Experience Management y Customer Value



INESEM
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

Índice

Curso de Customer Experience Management y Customer Value

1. Sobre INESEM

2. Curso de Customer Experience Management y Customer Value

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico

4. Metodología de Enseñanza

5. ¿Por qué elegir INESEM?

6. Orientación

7. Financiación y Becas

SOBRE INESEM

BUSINESS SCHOOL

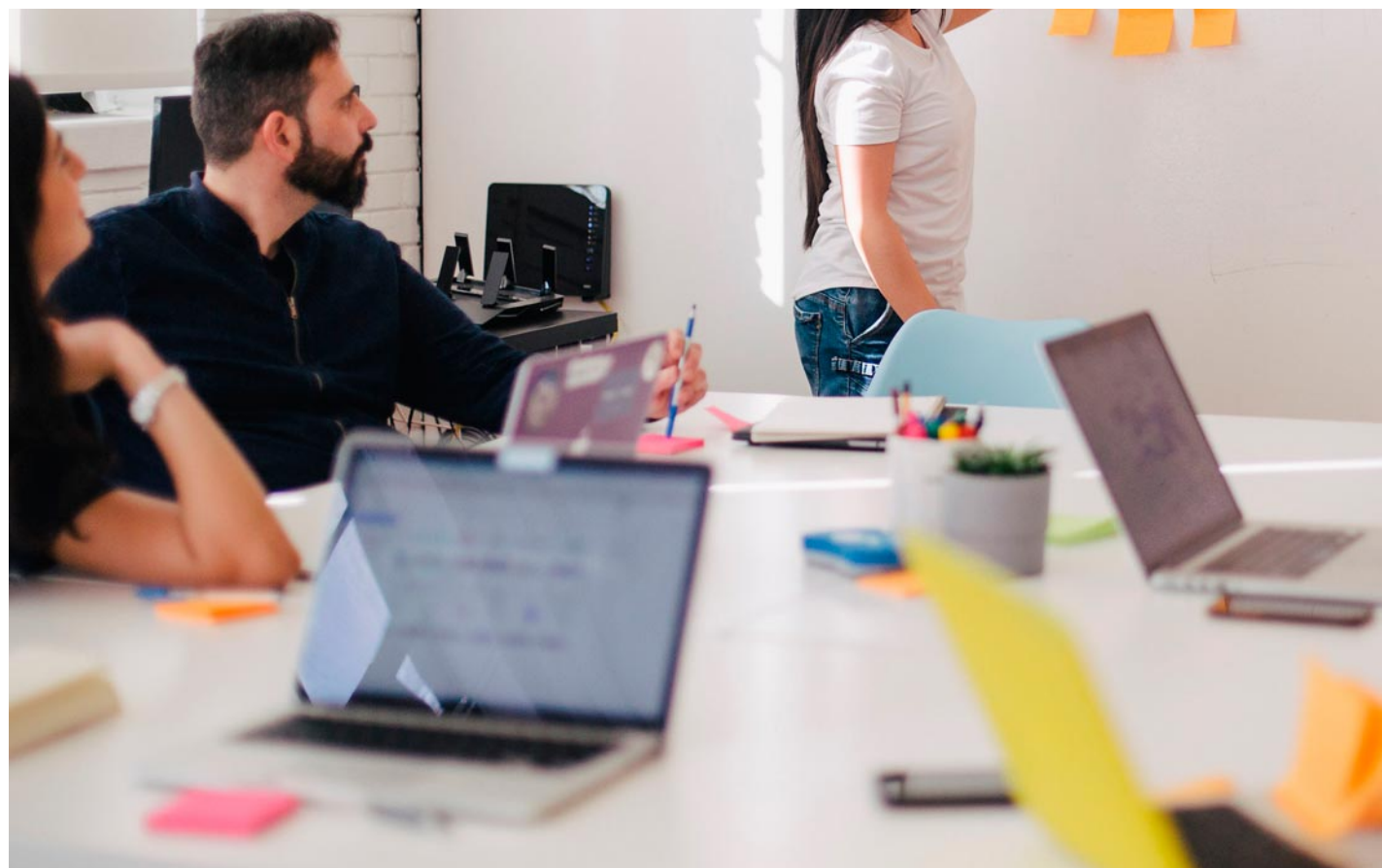


INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



Curso de Customer Experience Management y Customer Value



DURACIÓN	150
PRECIO	360 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



INESEM
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Curso

- Titulación Expedida y Avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales. "Enseñanza No Oficial y No Conducente a la Obtención de un Título con Carácter Oficial o Certificado de Profesionalidad."

Resumen

El entorno digital actual requiere de profesionales que sepan desarrollar estrategias efectivas que capten la atención del cliente y logren que su experiencia sea lo más satisfactoria posible. ¡Obtén las nociones, estrategias, herramientas y tendencias actuales que te permitirán desenvolverte en la implantación de una estrategia de experiencia de cliente a través del Curso Customer Experience Management!

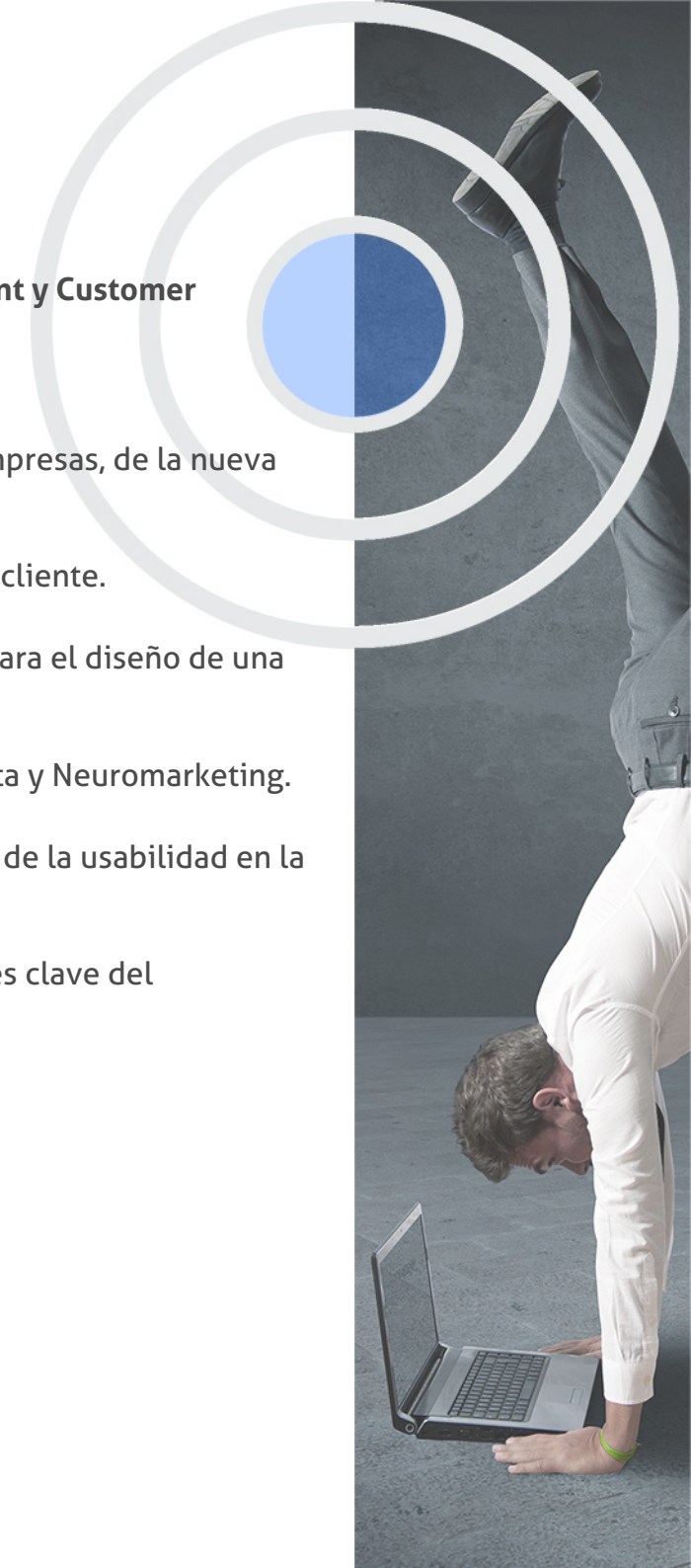
A quién va dirigido

El Curso de Customer Experience Management y Customer Value va dirigido a todas aquellas personas que deseen formarse y desarrollarse profesionalmente en un entorno digital, introduciendo la innovación y la creatividad en sus estrategias. Podrán optar al curso estudiantes de marketing, informática, gestión integrada... También, aquellos que no tengan conocimientos previos y deseen especializarse en este ámbito.

Objetivos

Con el Curso **Curso de Customer Experience Management y Customer Value** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Estar al tanto de la transformación digital de las empresas, de la nueva generación de consumidores y de las tendencias
- Saber realizar un diagnóstico de la experiencia del cliente.
- Aprender los enfoques y técnicas más relevantes para el diseño de una estrategia digital
- Estudiar las metodologías: Design Thinking, Big Data y Neuromarketing.
- Entender la importancia del marketing relacional y de la usabilidad en la experiencia del cliente.
- Conocer los tipos de análisis, modelos e indicadores clave del rendimiento de la experiencia de los clientes.





¿Y, después?

Para qué te prepara

Con el Curso Customer Experience Management, el alumno estará al tanto de las tendencias actuales en este campo y estará capacitado para diseñar estrategias efectivas, empleando diversas herramientas y técnicas que faciliten la implantación de un proyecto de Customer Experience en cualquier organización.

Salidas Laborales

Tras la realización del Curso en Customer Experience Management podrás aplicar lo aprendido a la práctica en puestos que se desarrollen dentro de Departamentos de Marketing, Innovación... Algunos ejemplos profesionales podrían ser: Product Manager, Especialista en UX o Design Thinking, responsable de estrategias digitales, de marketing, etc.

¿Por qué elegir INESEM?

El alumno es el protagonista

01

Nuestro modelo de aprendizaje se adapta a las necesidades del alumno, quién decide cómo realizar el proceso de aprendizaje a través de itinerarios formativos que permiten trabajar de forma autónoma y flexible.



Innovación y Calidad

Ofrecemos un servicio de orientación profesional y programas de entrenamiento de competencias con el que ayudamos a nuestros alumnos a crear y optimizar su perfil profesional.

02

Empleabilidad y desarrollo profesional



03

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

INESEM Orienta

Ofrecemos una asistencia complementaria y personalizada que impulsa la carrera de nuestros alumnos a través de nuestro Servicio de Orientación de Carrera Profesional permitiendo la mejora de competencias profesionales mediante programas específicos.



04

Facilidades Económicas y Financieras



05

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades para la realización del pago de matrículas 100% sin intereses así como un sistema de Becas para facilitar el acceso a nuestra formación.



PROGRAMA ACADÉMICO

Curso de Customer Experience Management y Customer Value

Modulo 1. **Customer experience y entorno digital**

Módulo 2. **Customer value**

Modulo 1.

Customer experience y entorno digital

Unidad didáctica 1.

El nuevo cliente digital

- 1. Transformación del entorno digital
- 2. Nueva generación de consumidores
- 3. Tendencias digitales (omnicanalidad, sobreinformación, experiencias inmersivas...)

Unidad didáctica 2.

Diagnóstico del customer experience

- 1. Introducción al customer journey
- 2. Fases de la experiencia del cliente
- 3. Propuestas de mejora
- 4. Herramientas para crear un Customer Journey
- 5. Tendencias
- 6. Introducción al Buyer Persona
- 7. Cómo crear tu Buyer Persona
- 8. Herramientas
- 9. Análisis y mapeo de los touch points
- 10. Identificación de los MOTs (Momentos de la Verdad)

Unidad didáctica 3.

Diseño de la estrategia digital

- 1. Estrategias de transformación digital global, por etapas y funciones, spin-off
- 2. Empresa a los consumidores y clientes: construcción colaborativa de ofertas, comunicación colaborativa sobre la marca, innovación colaborativa, medios sociales...
- 3. Modelo de Trabajo en un entorno digital
- 4. Enfoques: Mobile first, Lean startup, Growth Hacking

Unidad didáctica 4.

Diseño e innovación de experiencias del cliente

- 1. Concepto, áreas de aplicación y potenciales beneficios del Design Thinking
- 2. Herramientas para la generación y combinación de ideas
- 3. Metodología en Design Thinking (I) (Skateholders Map, Inmersión cognitiva, interacción constructiva, mapa mental, Moodboard, Observación encubierta, entrevistas, scamper, visualización empática...)
- 4. Metodología en Design Thinking (II): Card Sorting, Maquetas, Mapa de ofertas, actividades de reactivación, Brainstorming, Storytelling, Brainwriting...)
- 5. Metodología en Design Thinking (III): Matriz de motivaciones, Role Play, Storyboard...)

Unidad didáctica 5.

Neuromarketing

- 1. El Neuromarketing actual
- 2. Tendencias en neuromarketing
- 3. Psicología del consumidor
- 4. Motivación y persuasión del consumidor
- 5. Las emociones en el comportamiento de compra
- 6. Predicción en el comportamiento de compra

Unidad didáctica 6.

Big data

- 1. ¿Qué es el Big Data?
- 2. La importancia de almacenar y extraer información
- 3. Reglas para los Big Data
- 4. Big Data enfocado a los negocios

Unidad didáctica 7.

Experiencias de éxito

- 1. Casos reales
- 2. Ejercicios prácticos

Unidad didáctica 1.
Marketing relacional

- 1. Conceptualización del marketing relacional
- 2. Fidelización de clientes
- 3. Herramientas de análisis en los programas de fidelización
- 4. Métricas en el marketing relacional

Unidad didáctica 2.
La usabilidad

- 1. Diseño centrado en el usuario
- 2. Pirámide de prioridades de la usabilidad
- 3. Orientaciones de diseño web y dispositivos
- 4. Fundamentos de diseño centrado en el usuario
- 5. Experiencia de usuario y dispositivos

Unidad didáctica 3.
Customer relationship management (crm)

- 1. Marketing de relaciones
- 2. Del CRM al e-CRM
- 3. Estrategia de atención al cliente
- 4. Optimización en la gestión del Marketing Relacional
- 5. Real Time Management
- 6. Social CRM y generación de leads

Unidad didáctica 4.
Gestión de la atención al cliente en social media

- 1. Definir la estrategia
- 2. Cuentas específicas
- 3. Identificación del equipo
- 4. Definir el tono de la comunicación
- 5. Protocolo de resolución de problemas
- 6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
- 7. Monitorización
- 8. Gestión, seguimiento y fidelización
- 9. Medición de la gestión de atención al cliente

Unidad didáctica 5.
Medición de la experiencia del cliente

- 1. Ventajas y consejos para la escucha activa
- 2. Herramientas de monitorización
- 3. Analítica del cliente: técnicas y tipos de análisis
- 4. Análisis del valor del cliente (Customer Life Timevalue)
- 5. Análisis de retención del cliente (Análisis de cohortes)
- 6. Análisis de la experiencia del cliente

Unidad didáctica 6.
Indicadores y modelos clave

- 1. Modelo de gestión de la voz del cliente (VoC)
- 2. Cuadro de Mando de la Experiencia
- 3. Net Promoter Score (NPS)
- 4. Customer Effort
- 5. Best Customer Experience (BCX)

metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

Comunidad

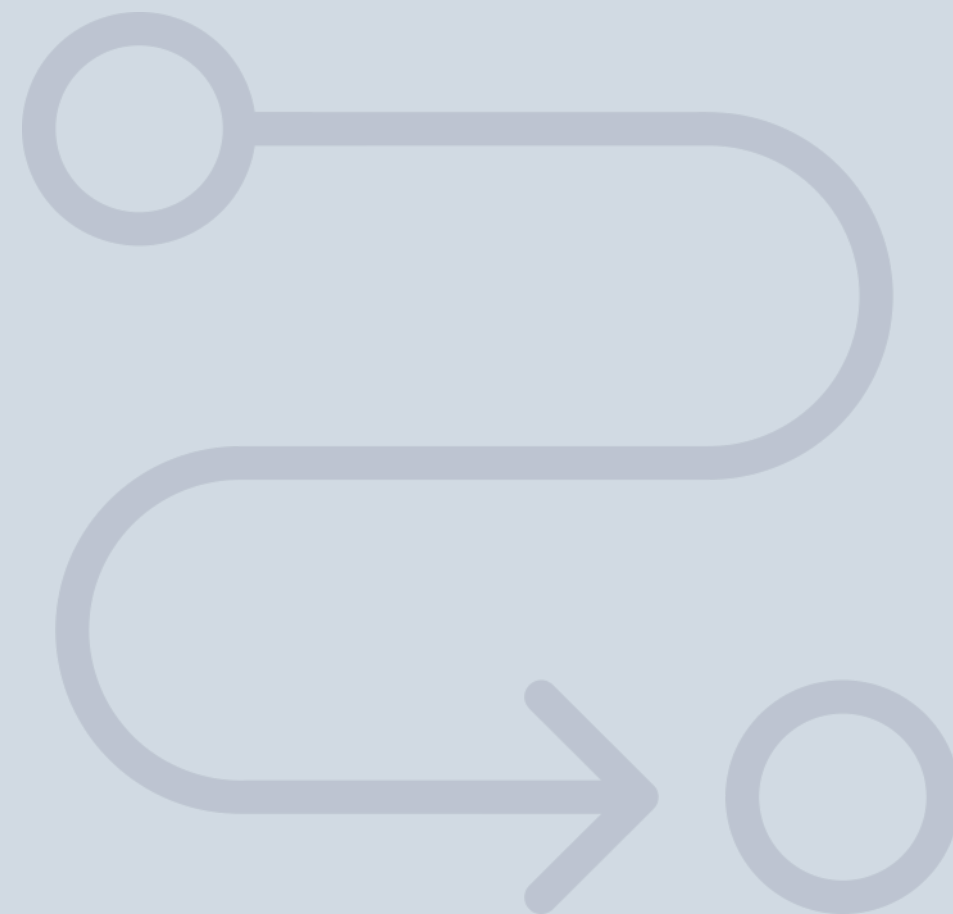
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a
nuestros alumnos
facilidades
económicas y
financieras para la
realización del pago
de matrículas,

todo ello
100%
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%

**Beca
desempleo**

Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

15%

**Beca
emprende**

Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.

10%

**Beca
alumnos**

Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

Curso

Curso de Customer Experience Management y
Customer Value

Impulsamos tu carrera profesional



INESEM
BUSINESS SCHOOL

www.inesem.es



958 05 02 05 formacion@inesem.es

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.

Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.