



# **CUSTOMER EXPERIENCE E INNOVACIÓN TÉCNOLÓGICA**

# DESCRIPCIÓN DEL CURSO

La competencia en los mercados es cada vez más abundante, en gran parte acelerado por los cambios que hemos estado experimentando en los últimos años. Las empresas existentes pierden clientes por descuidar el servicio y hay algo que permanece inmutable: las relaciones. Enfocarse en crear experiencias gratas y brindar un buen servicio es la mejor estrategia para incrementar los resultados, porque los clientes compran mucho más que un producto, compran la suma de beneficios y todo lo que está alrededor. Es precisamente en este punto donde radica la diferencia para convertir la indiferencia en preferencia, una competencia crítica en el mercado global actual, donde la capacidad para diferenciarse a través de un servicio excepcional puede determinar el éxito empresarial, apalancado incluso por los desarrollos tecnológicos.



# METODOLOGÍA

El diplomado se ofrecerá 100% virtual con apoyo de recursos digitales. El estudiante tendrá acceso a nuestra plataforma LMS Brightspace para acceder a los recursos digitales, ingresar a las sesiones en vivo y realizar las actividades.

El diplomado tiene una duración de 120 horas y se desarrollará durante 8 semanas, con una dedicación total de 90 horas trabajo independiente del estudiante y 30 horas de acompañamiento por parte del docente.

Se realizarán Clases en vivo semanales, con una duración de dos horas, además de sesiones de tutoría, a través de nuestra plataforma de videoconferencias Microsoft Teams.



# ÁREAS DE CONOCIMIENTO

El diplomado aplica a todos los sectores y las áreas de una organización como Mercadeo, Ventas, Servicio y Operaciones teniendo en cuenta el foco estratégico de cómo las relaciones impactan las decisiones de compra, la lealtad y permanencia del cliente, incluso sus hábitos de pago, recompra y recomendación, teniendo la tecnología como aliado protagonista.



**CUSTOMER EXPERIENCE E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**

# RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

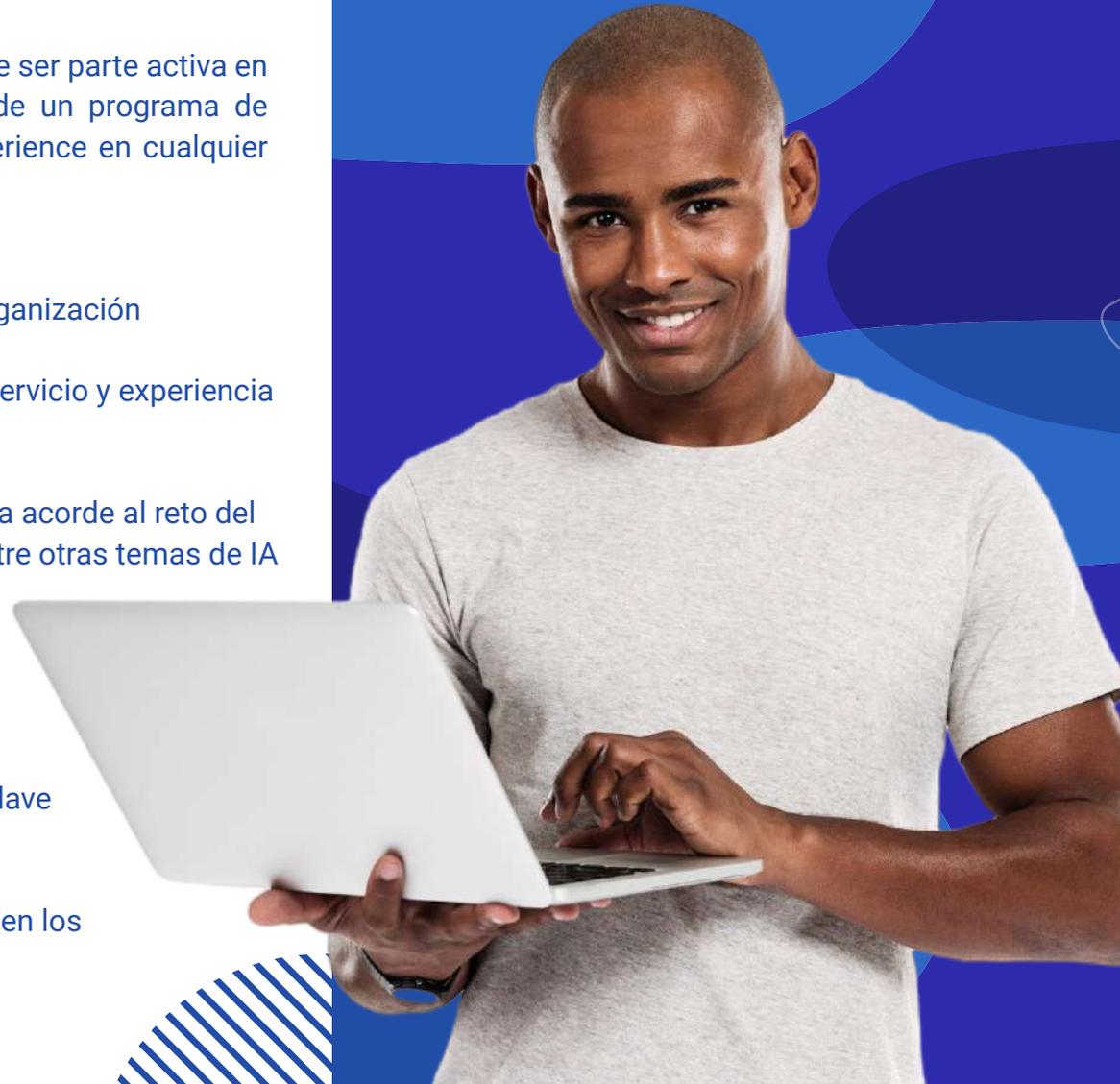
## GENERAL

Al finalizar el diplomado, el participante estará en capacidad de ser parte activa en los procesos de diseño, planeación, ejecución y medición de un programa de fortalecimiento, mejora e implementación del Customer Experience en cualquier tipo de organización, con énfasis en:

## ESPECÍFICOS

- Crear y Fortalecer una cultura de Customer Centric en la organización
- Diseñar, implementar y gestionar estrategias efectivas de servicio y experiencia del cliente (CX)
- Proponer y utilizar herramientas tecnológicas de vanguardia acorde al reto del programa de CX en el que esté participando, incluyendo entre otras temas de IA para CX
- Planear, ejecutar programas que promuevan resultados empresariales tangibles
- Definir indicadores clave para cada uno de los elementos clave del programa o estrategias de CX de la organización
- Hacer seguimiento de los resultados del programa basado en los indicadores

## CUSTOMER EXPERIENCE E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA



# DIRIGIDO A

Emprendedores, profesionales, estudiantes y público en general de diferentes áreas y disciplinas, interesados en impactar y gestionar la experiencia del cliente en cualquier industria y sector, que tomen decisiones estratégicas o tácticas y diseñen la experiencia del cliente que finalmente marca la diferencia y genera valor competitivo en la organización.



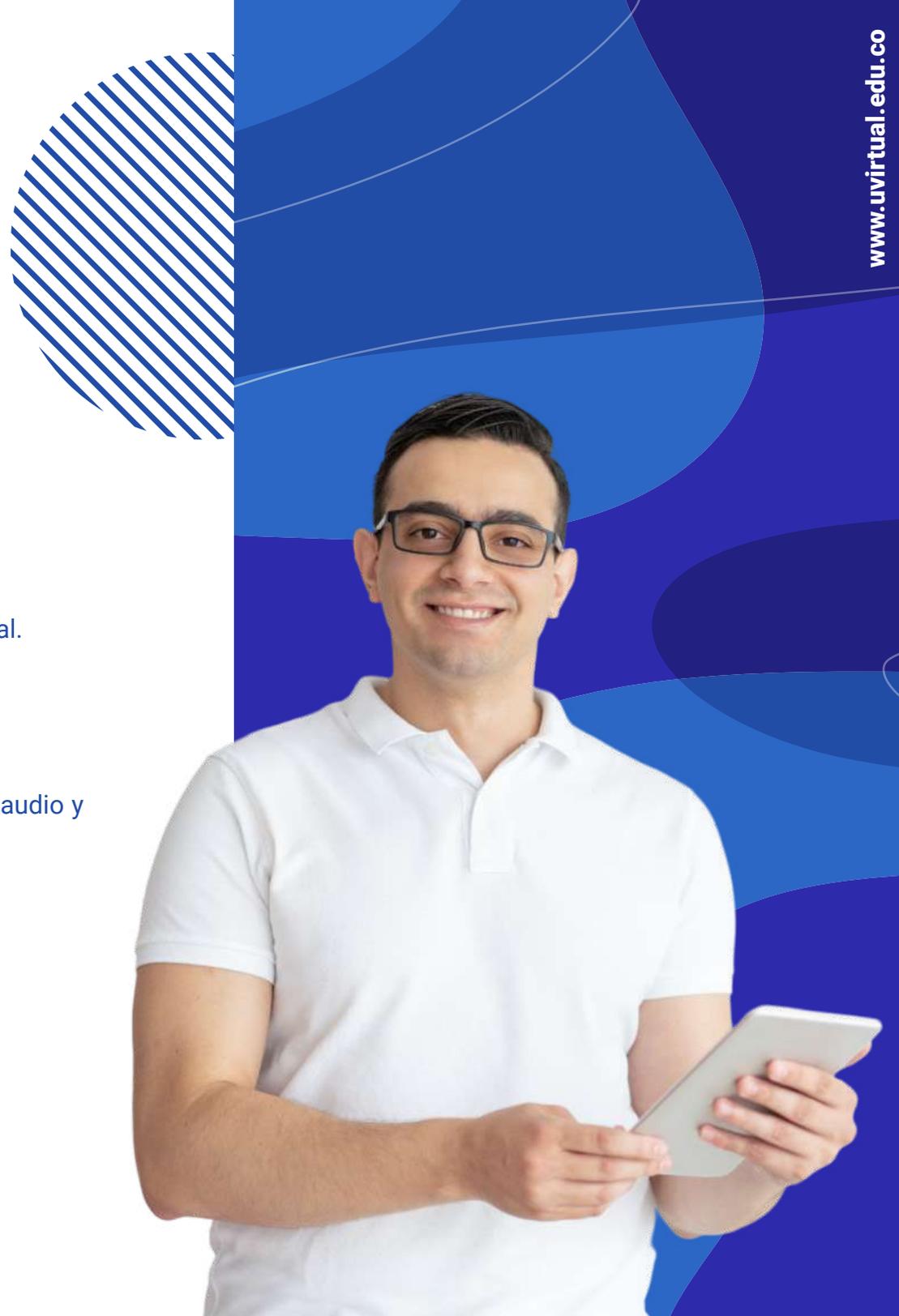
**CUSTOMER EXPERIENCE E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**

# REQUISITOS DE INGRESO

Para ingresar al diplomado no se requiere de un título profesional.

## REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

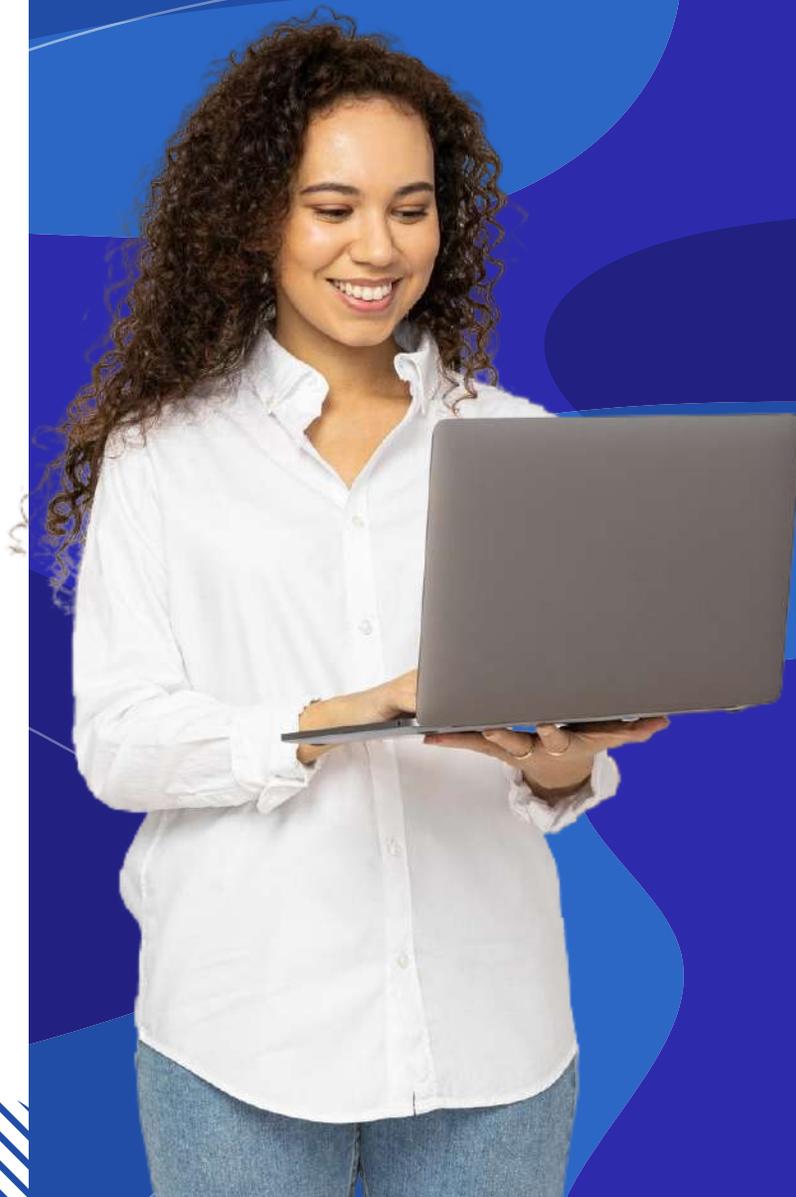
Para acceder a este Diplomado, solo necesita computador con audio y video, conexión a internet y conceptos básico de informática.



# REQUISITOS PARA OBTENER LA CERTIFICACIÓN

Para obtener la certificación de la Universidad Virtual Internacional, el estudiante deberá realizar y aprobar las actividades con una calificación final mínima de 3.0 de acuerdo con la ruta de aprendizaje prevista.

Una vez aprobado el curso, se emitirá la certificación en formato digital a través de la plataforma LMS.





# VALOR AGREGADO DEL DIPLOMADO

Desde nuestra experiencia tanto profesional como consultiva en diferentes sectores económicos, estamos en capacidad de transmitirle a los participantes aprendizajes basados en buenas prácticas, casos de éxito y fracaso que a lo largo del tiempo en varios proyectos hemos obtenido y desarrollado. Teniendo en cuenta adicionalmente, los distintos niveles de madurez de cada organización en términos de servicio, experiencia cliente y apalancamiento tecnológico.



# PLAN DE ESTUDIOS

Unidad  
**01**

## INTRODUCCIÓN AL CX

- Tema 1: Conceptos estratégicos y significado del CX
- Tema 2: Las emociones y su impacto en el proceso de comunicación de una marca
- Tema 3: Marca, producto, procesos, personas y sus interacciones

Unidad  
**04**

## TECNOLOGÍAS PARA EL CX

- Tema 11: Plataformas Tecnológicas para la experiencia y el servicio
- Tema 12: Omnicanalidad
- Tema 13: Inteligencia artificial para CX

Unidad  
**02**

## CULTURA CUSTOMER CENTRIC

- Tema 4: Innovación y a transformación Digital
- Tema 5: El Total Experience
- Tema 6: Customer Centric y su valor estratégico

Unidad  
**05**

## IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE CX

- Tema 14: Net Promoter Score
- Tema 15: Índice Neto de Satisfacción
- Tema 16: Otros indicadores de Experiencia

Unidad  
**03**

## PLANEACIÓN DE UN PROGRAMA DE CX

- Tema 7: Customer Journey Map
- Tema 8: Blue Print
- Tema 9: Arquetipos de clientes
- Tema 10: Design Thinking

Unidad  
**06**

## VERIFICACIÓN DEL PROGRAMA CX

- Tema 17: Diseño de un programa integral de voz de cliente
- Tema 18: Concepto Close the Loop
- Tema 19: Gobernabilidad del CX



[www.uvirtual.edu.co](http://www.uvirtual.edu.co)