



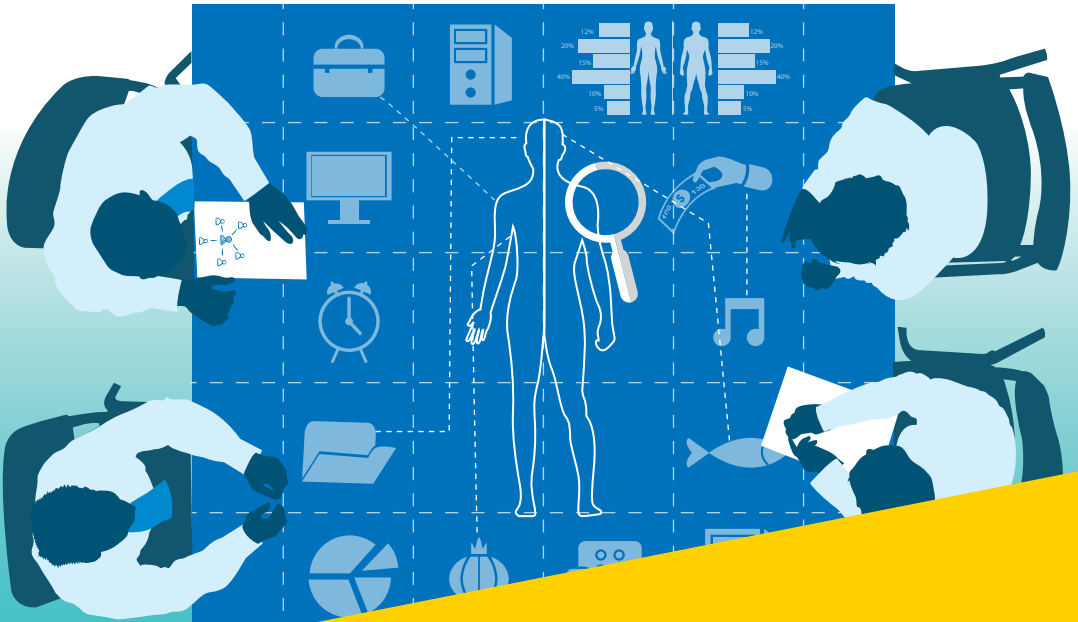
Universidad de
los Andes

Facultad de Administración

CURSO INTERNACIONAL

DISEÑO Y GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Implementación del Blueprint del Servicio
(Customer Journey Map) y el modelo Xperience Model



EDUCACIÓN
EJECUTIVA
PROGRAMAS ABIERTOS

INTRODUCCIÓN

Muchas veces se piensa que gestionar la Experiencia del Cliente, es tener los canales de atención necesarios y brindar un trato amable a sus clientes. Sin embargo el tema es mucho más amplio. Diseñar una experiencia del cliente positiva implica gestionar no solo lo visible, sino también aquello que los clientes no ven en cada contacto que tienen con la organización. Logrando que cada momento sea positivo, se logrará una experiencia del cliente positiva que genere satisfacción, repetición de compra y recomendación.

OBJETIVOS

- Analizar la experiencia del cliente que utiliza nuestro producto o servicio.
- Diseñar el mapa de experiencia usando la herramienta “Blueprint” identificando: acciones del cliente, evidencia física, acciones visibles e invisibles de la empresa, procesos de soporte.
- Identificar zonas de riesgo y diseñar planes de acción para actuar de manera uniforme cuando se presenten, así como momentos donde existan problemas o fallas y diseñar planes de acción para superarlas.
- Entender el comportamiento, gustos y preferencias de los clientes, analizar qué es lo que más valoran durante su experiencia, y en base a ello, diseñar una experiencia que los sorprenda.
- Involucrar y capacitar al personal en este nuevo modelo de gestionar el servicio.
- Identificar e implementar acuerdos de servicio internos (ANS o SLA's).

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a Vicepresidentes, Directores y Gerentes y Ejecutivos de las áreas de Servicio al Cliente, Marketing, Customer Experience, Marketing, Comercial y Ventas, que estén

interesados en implementar un modelo de gestión que permita lograr la diferenciación, basando su estrategia en la gestión estratégica del servicio.

El participante aprenderá “haciendo”, y obtendrá las herramientas y habilidades para poder implementar este modelo de gestión (Xperience Model), en sus organizaciones.

METODOLOGÍA

El curso está diseñado con la finalidad de que el participante tenga el tiempo para aprender la metodología, para cuestionar y cuestionarse, romper paradigmas, para aprender nuevos conocimientos, aprender haciendo y poner en práctica lo aprendido implementando la metodología en sus organizaciones. Se emplea una metodología de enseñanza a través de esquemas participativos, tales como estudios de caso, trabajo en equipo, talleres, análisis de videos, trabajos de aplicación, entre otros.

CONTENIDO

El curso desarrolla el paso a paso de la metodología “Xperience Model”, modelo de gestión estratégica del servicio enfocado en el análisis del paso a paso de la experiencia del cliente, el cual ha sido implementado con excelentes resultados en empresas de diferentes rubros de diferentes países. El modelo comprende 2 grandes módulos, los cuales se detallan en el siguiente esquema:

Análisis de **Situación Actual**

1. Conocimiento del **Cliente y Competencia**
2. Capacitación e Involucramiento de los **colaboradores**
3. Canales de **interacción cliente - empresa**
4. Identificar **atributos** que mas valoran los clientes
5. Elaboración de **blueprints actuales**
6. Identificar: **esperas, riesgos, problemas**

Esta etapa está caracterizada por el análisis y cuestionamiento.

Diseño y Gestión de **Experiencia ideal**

7. Diseño de **experiencia ideal (blueprint)**
8. Identificar **Acuerdos de Servicio Internos** (ANS o SLA)
9. Ejecutar **programa y acciones** para llegar a la **experiencia ideal**
10. Definir **estándares e indicadores**
11. **Planes de contingencia** ante riesgos
12. **Planes de acción** ante fallas
13. **Panel de Control:** aplicativo Xperience
14. Auditoría de Servicio: **medir**

Esta etapa está caracterizada por el análisis y cuestionamiento

Herramienta Clave: El Blueprint (Mapa de la Experiencia del Cliente)

Al realizar el mapeo de los procesos, se va detallando el paso a paso que sigue el cliente, identificando: esperas, riesgos, fallas y oportunidades de mejora.

El Blueprint, llamado también "Plano del Servicio" es una herramienta clave para orientar un proceso cualquiera dentro de la empresa hacia una estrategia de servicio basada en la experiencia del cliente.

Diseñar el mapa de experiencia usando la herramienta "Blueprint" permite ver cómo interactúan las acciones del cliente con las acciones visibles e invisibles de la empresa, la evidencia física y los procesos de soporte. Esta vista logra sensibilizar al colaborador, pues personas o posiciones que normalmente "no atienden clientes", logran ver como su rol si impacta en la experiencia del cliente.

CERTIFICACIÓN

Se otorgará certificado de asistencia a quienes participen en más del 85% de las sesiones programadas.

CONFERENCISTA

RODRIGO FERNÁNDEZ DE PAREDES ALEGRÍA

MBA, ESAN. Estudios de postgrado en Marketing Relacional - CRM, UPC. Ha sido conferencista de la Universidad ESAN (Perú), la Universidad EAFIT (Medellín - Colombia) y de la Asociación Colombiana de Mercadeo. Conferencista internacional. Ejecutivo con 14 años de experiencia en empresas nacionales y multinacionales liderando proyectos relacionados con: gestión de la experiencia del cliente, servicio al cliente externo e interno (endomarketing), fidelización de clientes, temas comerciales, marketing, gestión de campañas, precios y promociones, call center, gestión de procesos y CRM. Es Gerente de Relaciones Institucionales y Vocero de la Línea 1 del Metro de Lima. Asimismo, ha sido asesor en la implementación del modelo de servicios de las empresas ARGOS Panamá y ARS Humano de República Dominicana. Actualmente asesora al banco Davivienda (Colombia) en la gestión de la experiencia de sus clientes, usando la metodología Xperience Model. Conferencista invitado de Educación Ejecutiva de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes.

DURACIÓN Y HORARIO

24 horas

Fecha: Noviembre 26, 27 y 28 de 2015

Horario:

Jueves y viernes de 9:00 a.m. a 6:00 p.m.
Sábado de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

VALOR DE LA INVERSIÓN

Valor del programa: \$ 3.150.000

Este valor incluye el material didáctico y refrigerios.



TRIPLE CORONA

La Triple Corona es el máximo reconocimiento que una escuela de negocios puede obtener a nivel internacional. Se logra al obtener las tres acreditaciones de mayor prestigio en el mundo: AACSB (EEUU), EQUIS (Europa) y el MBA con AMBA (Reino Unido).

En el 2010 la Facultad de Administración completó la Triple Corona, con lo cual:

- Entró a hacer parte del 1% de las escuelas de negocio en el mundo con Triple Corona (sólo 58 escuelas).
- Es la séptima escuela de negocios en América Latina y la única en Colombia en contar con este reconocimiento.
- Refleja su compromiso con el país, al brindar educación de vanguardia y alta calidad para la formación de capital humano que contribuya a la competitividad.

Membresía UNICON

Desde el 2008 Educación Ejecutiva de la Facultad de Administración es miembro de UNICON, lo que asegura el análisis continuo y detallado, así como la constante actualización, de la información de Educación Ejecutiva y los contenidos de sus programas.

educacionejecutiva@uniandes.edu.co



Rankings Educación Ejecutiva

Ranking Educación Ejecutiva Financial Times 2015

2^{da} escuela en Educación Ejecutiva a nivel de Latinoamérica y puesto 35 a nivel mundial.

2^{do} puesto en Latinoamérica, Programas Abiertos (Open Enrollment).

4^o puesto en Latinoamérica, Programas Corporativos (Customized Programs).



Facultad de Administración

INFORMES

Universidad de los Andes

Facultad de Administración

Educación Ejecutiva

Calle 21 No. 1-20

Edificio SD. Piso 9

Línea de información: 332 4144

Línea gratuita nacional: 018000 123 300

Fax: 332 4459

e-mail: educacionejecutiva@uniandes.edu.co

<http://administracion.uniandes.edu.co>