



## COMM26. Creación de Customer Experience Strategy.

**Sku:** PS\_COMM26

**Horas:** 30

**Formato:** HTML

### OBJETIVOS

- Aprender los fundamentos de la experiencia de cliente e identificar los principales puntos de contacto con los consumidores para mejorar la experiencia de compra y acompañarles a lo largo del proceso con el objetivo de crear una relación duradera entre ellos y la empresa.

### CONTENIDOS

- **1. Creación de Customer Experience Strategy**
  - **Objetivo**
    - Identificar el proceso por el que pasan los consumidores para comprar un producto o servicio en base a una necesidad que se les plantea y los principales puntos de contacto con éstos para mejorar la experiencia de compra y acompañarlos a lo largo del proceso con el objetivo de crear una relación duradera entre ellos y la empresa.
  - **Conocimiento / capacidades cognitivas y prácticas**
    - Preparación del terreno.
      - Crear una cultura empresarial.
      - Construir una imagen.
      - Importancia del Customer Experience.
      - Capacidad práctica: Creación de una cultura empresarial.
    - Comprensión del cliente.
      - ¿Quiénes son nuestros clientes? Buyer Persona.
      - Creación del Customer Journey Map.
      - Identificando los Momentos de la Verdad del proceso de compra.
      - Capacidad práctica: Creación de un mapa de Customer Journey

- Elaboración de estrategias para la mejora de la experiencia de cliente y generación de fidelidad.
  - Digital o presencial. La experiencia de usuario.
  - Desde el punto de vista del cliente. Design Thinking.
  - El equipo. Selección y competencias.
  - Estrategias para la mejora de la experiencia de cliente.
  - Crear fidelidad.
  - Capacidad práctica: Elaboración de estrategias para la mejora de la experiencia de cliente y generación de fidelidad.
- Análisis de las herramientas de medición.
  - Conseguir la opinión de los clientes. Métodos y consejos.
  - Net Promoter Score (NPS).
  - Entendiendo los resultados.
  - Capacidad práctica: Elaboración de una estrategia de medición y análisis de resultados.
- Desarrollo de competencias digitales.
  - Diagnóstico de Conocimientos y competencias digitales con Smart Digital Model.
  - Contenido personalizado de Digital Mindset y Competencias digitales según el resultado de SDM.
- **Habilidades de gestión, personales y sociales**
  - Mejora de la gestión del tiempo.
  - Mejora de la comunicación con los clientes.
  - Pensamiento crítico para el análisis de resultados de los proyectos laborales.