

Certificat Avancé

Innovation en Customer
Experience



Certificat Avancé Innovation en Customer Experience

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Temps estimé: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé aux: diplômés, titulaires d'un certificat ou d'un diplôme universitaire ayant obtenu un diplôme dans le domaine des sciences sociales, administratives et commerciales.

Accès au site: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/diplome-universite/diplome-universite-innovation-customer-experience

Sommaire

01

Sommaire

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Structure et contenu

page 20

06

Méthodologie

page 28

07

Profil de nos étudiants

page 36

08

Direction de la formation

page 40

09

Impact sur votre carrière

page 44

10

Bénéfices pour votre entreprise

page 48

11

Diplôme

page 52

01 Sommaire

L'utilisation des dernières technologies au niveau de l'entreprise n'est plus seulement un avantage concurrentiel, mais un impératif pour les dirigeants d'entreprise, en particulier en ce qui concerne l'expérience client. Il n'est donc pas surprenant que l'innovation en matière d'expérience client soit un allié stratégique important dans la mise en œuvre d'une culture *Customer-Centric*. C'est pourquoi les professionnels trouveront dans ce diplôme TECH une occasion précieuse de faire en sorte que les clients n'aient que de bons mots pour leurs entreprises. À cette fin, la portée et la mise en œuvre d'un projet d'expérience client et les meilleures stratégies innovantes basées sur l'intelligence artificielle et la réalité virtuelle seront explorées en profondeur. Le tout depuis n'importe où et avec un contenu conçu par une équipe pédagogique qui catapultera la carrière du diplômé vers des sommets insoupçonnés.



Certificat Avancé en Innovation en Customer Experience
TECH Université Technologique



“

Développez avec succès des plans de recherche sur l'expérience client grâce à ce Certificat Avancé 100% en ligne"

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande école de commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle de normes académiques des plus élevées. Un centre international performant pour la formation intensive aux techniques de gestion.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise"

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université propose un modèle d'apprentissage en ligne qui associe les dernières technologies éducatives à la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, bénéficiant de la plus haute reconnaissance internationale, qui fournira aux étudiants les clés pour évoluer dans un monde en constante évolution, où l'innovation doit être l'engagement essentiel de tout entrepreneur.

« *Histoire de Succès Microsoft Europe* » pour avoir incorporé un système multi-vidéo interactif innovant dans les programmes.



Exigence maximale

Le critère d'admission de TECH n'est pas économique. Vous n'avez pas besoin de faire un gros investissement pour étudier avec nous. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95 % | des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Chez TECH, des professionnels du monde entier participent, de sorte que les étudiants pourront créer un vaste réseau de contacts qui leur sera utile pour leur avenir.

+100 000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera main dans la main avec les meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talent

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de mettre en avant leurs intérêts et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

En étudiant à TECH, les étudiants bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Dans un programme à vision globale, grâce auquel vous apprendrez à connaître la façon de travailler dans différentes parties du monde, en recueillant les dernières informations qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les étudiants TECH sont issus de plus de 200 nationalités.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore la pensée critique, le questionnement, la résolution de problèmes et les compétences interpersonnelles des étudiants.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de Cas. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10 000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. De cette manière, elle garantit que les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez avec les meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



Chez TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique"

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre la porte à un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique"

Ce programme apportera une multitude d'avantages aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, ils acquerront les compétences nécessaires pour opérer un changement positif dans leur carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre un aperçu approfondi de la gestion générale afin de comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolidation des étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Accès à un puissant réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le même désir d'évoluer. Ainsi, les partenaires, les clients ou les fournisseurs peuvent être partagés.

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde : la communauté de TECH Université Technologique.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

Ce programme vise à renforcer les compétences dans le domaine de l'expérience client, afin que l'étudiant soit en mesure d'aborder les différentes formes et étapes d'un projet CX en tant que manager solvable. Il sera également capable de ravir ses clients avec des applications technologiques innovantes qui positionneront l'entreprise comme une référence dans le domaine.



“

Vous serez un manager performant qui mettra en œuvre des projets CX ambitieux qui feront que les clients se souviendront de votre entreprise pour toujours”

TECH prend en compte les objectifs de ses étudiants Ils travaillent ensemble pour les atteindre

Le Certificat Avancé en Innovation en Customer Experience vous permettra de:

01

Identifier les principales caractéristiques et tendances du nouveau consommateur sur le marché actuel

02

Analyser l'impact de la technologie et des réseaux sociaux sur les décisions d'achat du nouveau consommateur

03

Réfléchir à l'importance de l'éthique et de la transparence dans la relation entre les entreprises et le nouveau consommateur





04

Développer des compétences pour recueillir et analyser la voix du client, et des connaissances pour mettre en œuvre les pratiques liées à la voix du client

05

Comprendre comment utiliser les outils de mesure de la voix du client et communiquer les résultats de la voix du client à d'autres départements

06

Analyser des études de cas d'entreprises qui ont adapté avec succès leurs stratégies de marketing et d'expérience d'achat sur la base des résultats de leur méthodologie VoC

07

Examiner les différentes façons et étapes de l'approche d'un projet CX

10

Étayer les principes d'un modèle de gouvernance centré sur le client

08

Illustrer les différentes manières d'exécuter un projet CX en fonction de la nature du produit et du service

11

Fournir des ressources et des références inspirantes pour aborder un projet CX avec succès

09

Proposer différentes techniques pour comprendre le profil du client

12

Identifier la relation étroite entre le développement d'un système CX robuste et l'innovation continue

13

Déterminer la mise en œuvre de méthodologies pratiques pour accélérer l'innovation orientée client

16

Proposer des applications technologiques innovantes pour améliorer l'expérience client

14

Approfondir les outils permettant d'itérer et de remettre en question le modèle d'entreprise à travers les yeux du client

17

Identifier les systèmes qui permettent d'analyser et d'obtenir des *Insights* sur les clients à partir d'informations difficiles à traiter

15

Examiner les principales applications pratiques des outils de neuromarketing pour ravir les clients

18

Justifiez les principaux dilemmes éthiques liés au développement technologique

05

Structure et contenu

Le Certificat Avancé en Innovation en Customer Experience est un programme très flexible grâce à sa nature en ligne, de sorte que les étudiants peuvent choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à leur disponibilité, à leur emploi du temps et à leurs intérêts. Ce diplôme se développe sur 6 mois et se veut une expérience unique et stimulante qui pose les bases de la réussite professionnelle du diplômé.



“

La vision la plus complète et la plus actuelle de l'innovation en matière d'expérience client se trouve dans ce programme. Qu'attendez-vous?

Programme d'études

Le Certificat Avancé en Innovation en Customer Experience de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les professionnels à faire face aux défis et aux décisions commerciales dans le domaine des ressources humaines.

Le contenu du Certificat Avancé en innovation en Customer Experience est conçu pour promouvoir le développement de compétences managériales qui permettent une prise de décision plus rigoureuse dans des environnements incertains.

Au cours des 450 heures de formation, les étudiants analysent une multitude de cas pratiques dans le cadre d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Ce Certificat Avancé en profondeur traite du monde digital et de l'implantation du e-commerce dans les entreprises, et vise à former des Professionnel qui appréhendent expérience client d'un point de vue stratégique, international et innovant.

Un plan conçu pour les professionnels, axé sur leur perfectionnement professionnel et qui les prépare à atteindre l'excellence dans le domaine du Innovation en Customer Experience. Un programme qui comprend vos besoins et ceux de votre entreprise grâce à un contenu innovant basé sur les dernières tendances et soutenu par la meilleure méthodologie éducative et un corps professoral exceptionnel, qui fournira aux étudiants les compétences nécessaires pour résoudre des situations critiques de manière créative et efficace.

Ce Certificat Avancé se déroule sur 6 mois et est divisé en 3 modules:

Module 1

Customer Experience: nouveau client ou consommateur

Module 2

Conception et mise en œuvre d'un projet CX. Modèle de gouvernance

Module 3

Innovation et tendances en matière d'expérience client



Où, quand et comment l'enseignement est dispensé?

TECH offre la possibilité d'étudier ce Certificat Avancé en Innovation en Customer Experience entièrement en ligne. Pendant les 6 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

*Une expérience
éducative unique, clé et
décisive pour stimuler
votre développement
professionnel.*

Module 1. Customer Experience: nouveau client ou consommateur

1.1. Expérience client

- 1.1.1. Expérience client Modèle de causalité expérience-satisfaction
- 1.1.2. Customer Experience *Management* (CEM)
- 1.1.3. Customer Experience vs. *Brand experience*
- 1.1.4. De la Customer Experience au Customer Experience *Management*

1.2. Le nouveau consommateur

- 1.2.1. Le nouveau consommateur. Relationnel vs. Transactionnel
- 1.2.2. Tendances du marché actuel
 - 1.2.2.1. Durabilité, et responsabilité sociale
- 1.2.3. Impact de la technologie et des réseaux sociaux sur le comportement du nouveau consommateur Tendances générales
 - 1.2.3.1. Omni-canalisation, surinformation et expériences immersives
- 1.2.4. Le consommateur en tant qu'ambassadeur de l'entreprise

1.3. Méthodologie de la voix du client (Voix)

- 1.3.1. Méthodologies VOC.
- 1.3.2. Customer Experience *Insights*
- 1.3.3. Le programme VoC comme base stratégique pour CX

1.4. Méthodologies VoC. Cartographie

- 1.4.1. Cartographie de *Touchpoints*
- 1.4.2. VoC *Journey*
- 1.4.3. Carte de l'empathie
- 1.4.4. Identification des MOTS

1.5. Programme VOC Principes clés

- 1.5.1. Écoute
- 1.5.2. Demander
- 1.5.3. Interpréter
- 1.5.4. Acte
- 1.5.5. Contrôler
- 1.5.6. Concevoir

1.6. Définition d'un programme VoC. Étapes

- 1.6.1. Phase de sensibilisation
- 1.6.2. Phase de collecte
- 1.6.3. Phase d'analyse
- 1.6.4. Phase d'action
- 1.6.5. Phase d'évaluation

1.7. Recueillir la voix du client: conception de la recherche VoC

- 1.7.1. Définir les objectifs et le champ d'application de la recherche
- 1.7.2. Techniques de collecte de données quantitatives et qualitatives
- 1.7.3. Sélection des méthodes de collecte des données
- 1.7.4. Conception des questionnaires et des guides d'entretien
- 1.7.5. Outils de collecte

1.8. Analyse de la voix du client

- 1.8.1. Identification de modèles et de tendances
- 1.8.2. Interprétation des données pour identifier les besoins, les souhaits et les attentes des clients
- 1.8.3. Application d'outils qualitatifs
- 1.8.4. Outils d'analyse

1.9. Évaluation et mesure de la voix du client

- 1.9.1. Systèmes traditionnels: NPS (Net Promote Score)
- 1.9.2. Mesurer les émotions
- 1.9.3. Nouveautés dans la mesure VoC
- 1.9.4. Identification des possibilités d'amélioration

1.10. L'écoute active par VoC

- 1.10.1. Écoute dynamique et observation Voc
- 1.10.2. Le service à la clientèle comme méthode d'écoute
- 1.10.3. Analyse des sentiments dans les réseaux sociaux

Module 2. Conception et mise en œuvre d'un projet CX. Modèle de gouvernance

<p>2.1. Définir une portée réaliste pour le projet</p> <p>2.1.1. Types de projets 2.1.1.1. Résolution de problèmes 2.1.1.2. Proposition de valeur 2.1.1.3. Innovation</p> <p>2.1.2. Point de départ 2.1.2.1. Les données comme outil d'identification des opportunités et des <i>insights</i></p>	<p>2.1.3. Alignement des objectifs, des participants Rôle des experts et dynamiseurs 2.1.3.1. Examen des besoins de l'entreprise 2.1.3.2. Identification des parties <i>Stakeholders</i> internes et externes 2.1.3.3. Profil du client 2.1.3.4. Définition du <i>Output</i> attendu</p>	<p>2.2. Identification du profil du client dans un projet CX</p> <p>2.2.1. Identification du profil du client souhaité en tant que défi</p> <p>2.2.2. Profilage comportemental 2.2.2.1. Habitudes de consommation et d'achat 2.2.2.2. Interaction avec les canaux de communication 2.2.2.3. Degré de numérisation 2.2.2.4. Radiographie sociodémographique</p> <p>2.2.3. Communication avec le client et traitement des données</p>	<p>2.3. Le parcours du client dans un projet CX</p> <p>2.3.1. Analyse et typification des points de contact 2.3.1.1. Safari et <i>shadowing</i> 2.3.1.2. Interviews 2.3.1.3. <i>Workshops</i> et <i>Focus Groups</i></p> <p>2.3.2. Identification des besoins des clients par profil d'audience 2.3.2.1. Points de satisfaction des clients 2.3.2.1.1. Qu'est-ce qui fonctionne aujourd'hui, qu'est-ce que le client apprécie ? 2.3.2.2. Points de douleur du client 2.3.2.2.1. Qu'est-ce qui ne fonctionne pas aujourd'hui ? Qu'est-ce qui génère de la frustration chez les clients ?</p>
<p>2.3.3. Définir le Customer Journey pour chaque type de client 2.3.3.1. Identification des principaux <i>Gain y Pain Points</i> pour chaque étape clé et Le site point de contact par lequel le client passe</p>	<p>2.4. Exécution du projet</p> <p>2.4.1. Mise en œuvre du projet. Aspects importants 2.4.1.1. Alignement de la vision du client sur les objectifs de l'entreprise 2.4.1.2. Visualisation du parcours du client: Établir un point de départ pour aligner toutes les équipes de l'entreprise 2.4.1.3. Analyse de la viabilité économique. Rentabilité 2.4.1.4. Implication des personnes clés dans la relation avec le client pour entrer dans la phase de mise en œuvre</p>	<p>2.4.2. Diagnostic et résolution 2.4.2.1. Formules de présentation 2.4.2.1.1. <i>Workshops</i> de co-création 2.4.2.1.2. <i>Benchmarking</i> 2.4.2.2. Résolution 2.4.2.2.1. Identification des tâches 2.4.2.2.2. Affectation des tâches par profil</p> <p>2.4.3. Évaluation 2.4.3.1. Définition des KPI 2.4.3.2. Collecte des données 2.4.3.3. Période d'évaluation</p>	<p>2.5. Cadre d'action du projet CX</p> <p>2.5.1. Consolidation ou rejet 2.5.2. Évangélisation interne 2.5.3. Identification des outils</p>
<p>2.6. Analyse de rentabilité du produit. Lancement de nouveaux produits</p> <p>2.6.1. Illustration du rôle du CX dans le développement d'un produit innovant 2.6.2. Phases du lancement d'un nouveau produit 2.6.3. Erreurs courantes</p>	<p>2.7. Service d'analyse de rentabilisation. Le CX en tant que catalyseur de l'innovation</p> <p>2.7.1. Rôle clé du CX dans l'innovation 2.7.2. Phases 2.7.3. Clés de la réussite</p>	<p>2.8. Service d'analyse de rentabilisation. La satisfaction du client comme levier d'amélioration continue</p> <p>2.8.1. Mesurer la satisfaction du client tout au long du Customer Journey 2.8.2. Phases 2.8.3. Routines orientées vers l'action</p>	<p>2.9. Le modèle de gouvernance dans un projet CX</p> <p>2.9.1. Rôle 2.9.2. Données 2.9.3. Plans d'action itératifs</p>
<p>2.10. Mise en œuvre d'un projet CX réussi. Clés</p> <p>2.10.1. Apprentissages 2.10.2. Références 2.10.3. Ressources</p>			

Module 3. Innovation et tendances en matière d'expérience client

3.1. Innovation et expérience client Liens

- 3.1.1. L'innovation dans le cadre du CX
- 3.1.2. Objectifs de l'innovation en matière d'expérience client
- 3.1.3. Innovation dans le développement des interactions avec les clients

3.2. La gestion de l'expérience client à l'ère de la transformation numérique

- 3.2.1. Moteur d'expérience intelligent. Pertinence
- 3.2.2. La quête d'expériences hyperpersonnalisées
- 3.2.3. Gestion de l'expérience dans un environnement omni-canal

3.3. L'innovation dans la gestion d'une entreprise centrée sur le client

- 3.3.1. Le modèle d'innovation du client à l'entreprise
- 3.3.2. Profils clés pour le développement d'un modèle d'innovation
- 3.3.3. Modèles d'innovation ouverte

3.4. Méthodologies pour accélérer le processus d'innovation efficace

- 3.4.1. Routines génératrices d'innovation et de créativité
- 3.4.2. Méthode *Lean Start Up* pour amener le client à la table de l'innovation
- 3.4.3. Tableau Kanban pour gagner en innovation et d'efficacité dans votre travail quotidien
- 3.4.4. Méthodologie *Scrum*. Application pratique
- 3.4.5. Adoption de l'innovation continue de l'innovation continue. Bénéfices

3.5. Outils pour le développement de modèles d'entreprise innovants centrés sur le client

- 3.5.1. *Business Model Canvas*. Comment "remettre en question" votre modèle d'entreprise à l'aide de cet outil.
- 3.5.2. *Value Proposition Canvas* et Customer Journey. La relation
- 3.5.3. Carte d'empathie. Au-delà des interactions tangibles avec le client.
- 3.5.4. Cas pratiques

3.6. Neuromarketing et expérience client. Comment vous mettre dans la peau du client

- 3.6.1. Neuromarketing et optimisation de l'innovation
- 3.6.2. Applications réelles du neuromarketing dans le CX
- 3.6.3. Guide de *Insights* du client pour stimuler le CX avec le neuromarketing
- 3.6.4. Cas de réussite

3.7. Innovation en matière de CX I: intelligence artificielle, réalité virtuelle, systèmes de reconnaissance faciale et biométrie

- 3.7.1. Intelligence artificielle (IA) pour l'optimisation des processus et la gestion omnicanale
- 3.7.2. Réalité virtuelle (RV) et réalité augmentée (RA) pour transposer votre expérience client en tout lieu
- 3.7.3. La reconnaissance faciale et la biométrie comme facteurs d'atténuation des moments de douleur des clients
- 3.7.4. Cas de réussite

3.8. Innovation en matière de CX II: Machine Learning, IoT et omni-canal

- 3.8.1. L'apprentissage automatique pour le traitement des données
- 3.8.2. Internet des objets (IdO) pour l'amélioration de l'expérience et de la connaissance des clients
- 3.8.3. Plates-formes de gestion omni-canal pour une vision holistique du client
- 3.8.4. Cas de réussite

3.9. Technoéthique: la technologie au service de l'être humain et non l'inverse

- 3.9.1. Protection des neurodroits ou des droits de propriété intellectuelle (PI)
- 3.9.2. Éthique de l'intelligence artificielle (IA)
- 3.9.3. Hyperconnexion du client et utilisation de ses données
- 3.9.4. Le défi technologique

3.10. Mise en place d'un système d'innovation dans une entreprise centrée sur le client. Importance

- 3.10.1. Les clés d'une innovation orientée client
- 3.10.2. Avantages d'une entreprise dotée de systèmes d'innovation continue
- 3.10.3. L'innovation au service des personnes pour une expérience client optimale



“

Aucun client ne pourra vous résister grâce à vos stratégies d'Intelligence Artificielle ou de Réalité Virtuelle dans l'Expérience Client"

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”



TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.

“*Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels*”

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



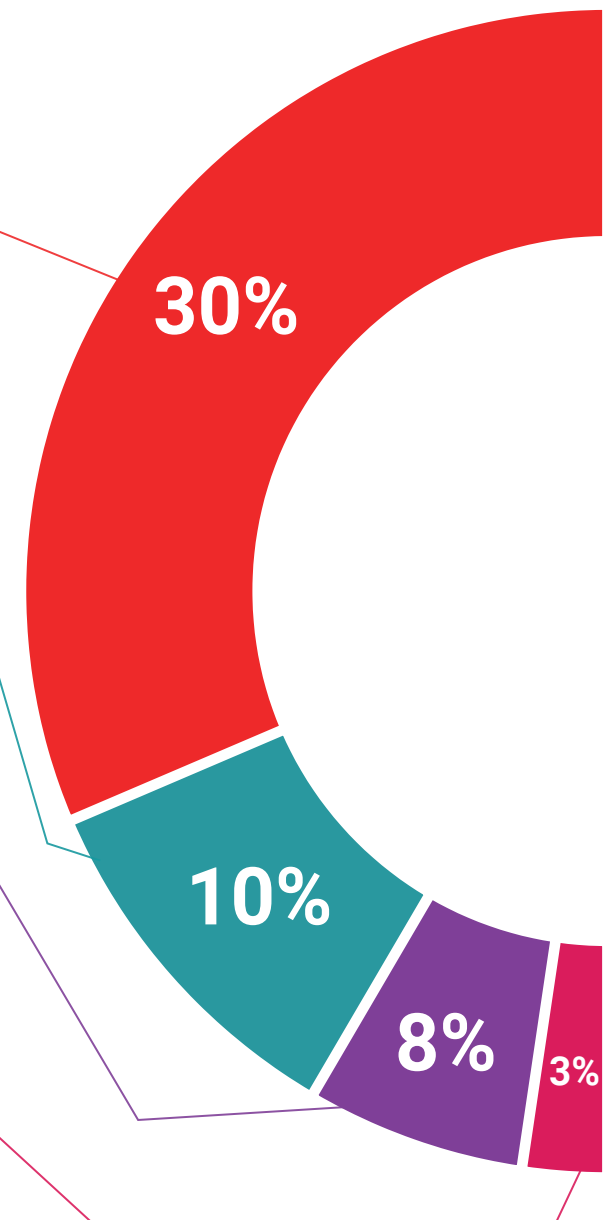
Stages en compétences de gestion

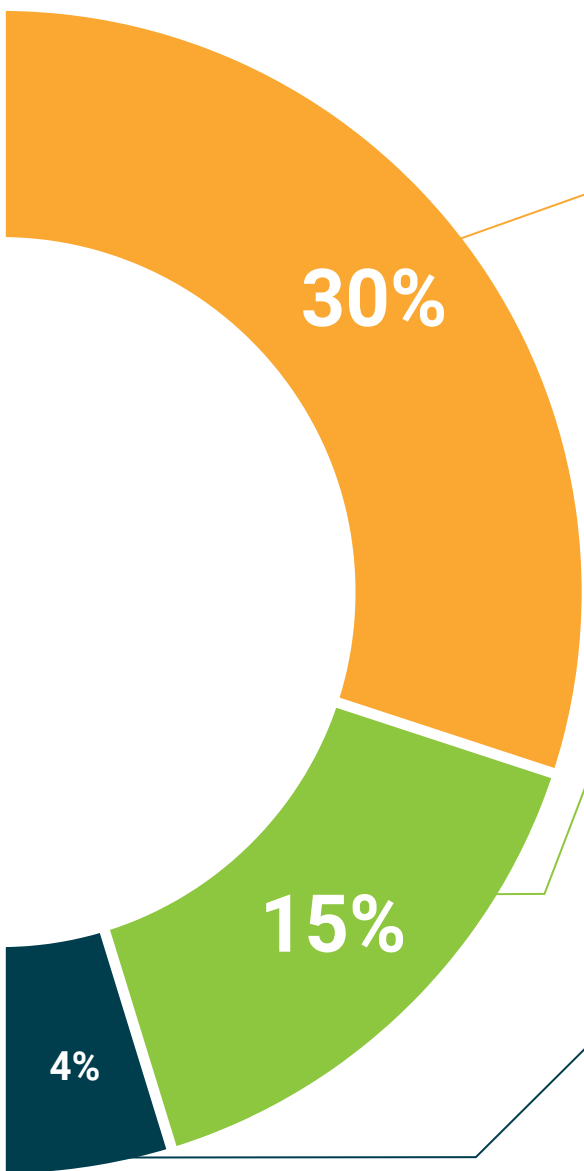
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Profil de nos étudiants

Le Certificat Avancé s'adresse aux diplômés de l'université, aux diplômés et aux personnes ayant déjà obtenu l'un des diplômes dans le domaine des sciences sociales et juridiques, de l'administration et de l'économie.

La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nations, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.

Le Certificat Avancé peut également être suivi par des professionnels diplômés de l'université dans d'autres domaines, et ayant 2 ans d'expérience professionnelle Customer Experience.





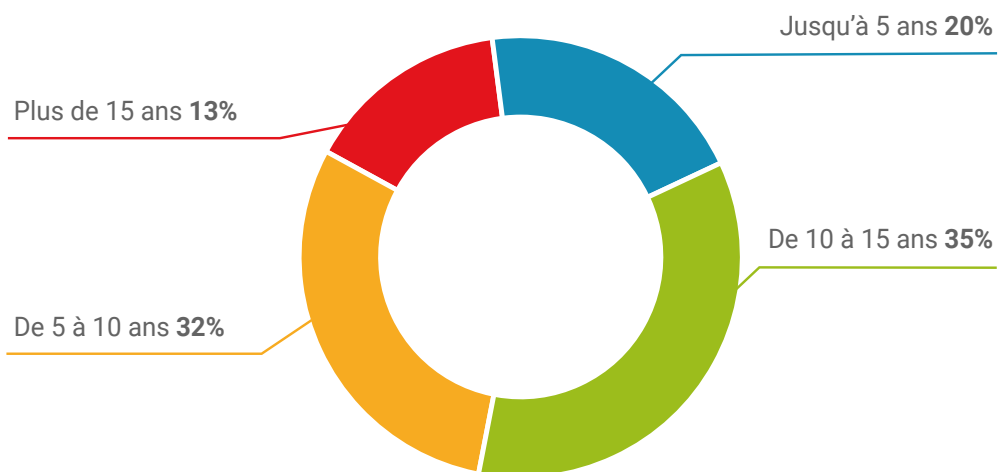
“

Allez plus loin dans vos compétences en matière d'expérience client en vous spécialisant dans des processus qui rendront votre leadership largement reconnaissable"

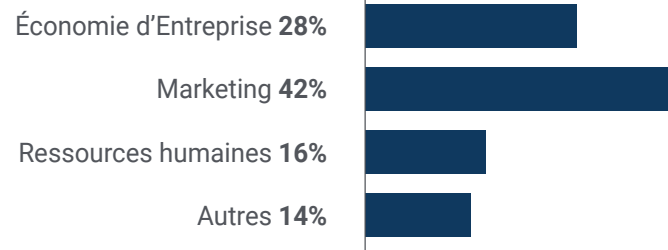
Âge moyen

Entre **35** et **45** ans

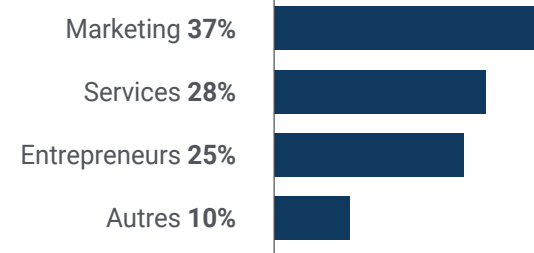
Années d'expérience



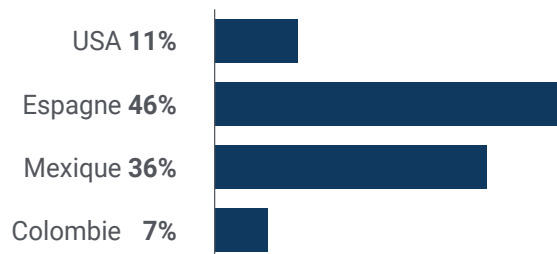
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Vanesa Ramos Ortega

Customer Experience Manager

"J'étais à la recherche d'un programme me permettant de mettre en œuvre des stratégies à l'aide des nouvelles technologies afin d'améliorer l'expérience des clients dans mon entreprise. En fait, je m'inquiétais de pouvoir concilier cela avec mon travail quotidien, mais avec TECH, j'ai trouvé l'équilibre parfait pour le faire depuis chez moi et en utilisant des outils qui sont maintenant essentiels dans mon département"

08

Direction de la formation

Toujours dans le but de fournir une spécialisation qui incorpore les normes académiques les plus élevées, TECH a réuni dans ce diplôme d'éminents experts en expérience client qui renforceront les compétences de leadership de l'étudiant. En ce sens, des experts dans l'utilisation des nouvelles technologies dans le domaine de l'expérience client, des responsables marketing d'entreprises de premier plan ou des leaders dans le secteur de l'intelligence client se réunissent dans le programme pour répondre aux attentes les plus élevées.





“

Laissez les experts des nouvelles technologies de l'expérience client, les responsables marketing ou les leaders de l'intelligence client vous catapulter vers le succès"

Direction



Mme Yépez Molina, Pilar

- Consultante en marketing et formatrice pour les entreprises sous la marque La Digitalista
- Directrice exécutive de la création et partenaire fondatrice de ÚbicaBelow pour la création et le développement de campagnes de marketing en ligne et hors hors
- Directrice créative exécutive chargé de créer et de développer des campagnes de marketing promotionnel et relationnel pour des clients en ligne et hors ligne chez Sidecar SGM
- Responsable de la création en ligne et directeur exécutif de la création chez MC Comunicación
- Professeur de marketing numérique à l'École supérieure de journalisme de Catalogne
- Professeur de marketing numérique et de stratégies de communication dans le cadre du diplôme d'ingénieur du BES La Salle
- Professeur de marketing numérique à EUNCET Business School
- Diplôme d'Etudes Supérieures en Marketing Relationnel par l'Institut de l'Economie Numérique ICEMD
- Licence en Publicité et Relations Publiques de l'Université de Séville



Professeurs

Mme Camps, Núria

- ◆ Formatrice en Customer Experience
- ◆ Consultante Indépendante sur l'expérience client, l'amélioration des processus, la mise en œuvre d'outils technologiques et le service à la clientèle
- ◆ Consultante et auditrice de systèmes de gestion de la qualité chez Quality Methode
- ◆ Master en Marketing des Destinations Touristiques
- ◆ Diplôme en Tourisme de l'Université de Gérone

Dr Rueda Salvador, Daniel

- ◆ Customer Intelligence Director chez Iberostar Group
- ◆ Chef de Projet Digital chez Iberostar Group
- ◆ Analyste de l'Innovation et de l'Expérience Client
- ◆ Conseiller en Commerce Extérieur et Investissement
- ◆ Agent d'Accueil et de Service à la Clientèle
- ◆ Master en Gestion des Affaires Internationales du Centre d'Etudes Economiques et Commerciales (CECO)
- ◆ Programme de Développement de la Gestion, de l'Administration et de la Gestion par l'Ecole de Commerce de Deusto
- ◆ Diplôme en Administration et Gestion des Entreprises avec une spécialisation en Marketing et Vente de l'Ecole de Commerce de Deusto

09

Impact sur votre carrière

Un Certificat Avancé avec ces caractéristiques aura sans aucun doute un impact significatif sur la carrière professionnelle du diplômé. Cela a conduit l'équipe pédagogique à intégrer toutes les clés de l'innovation en matière de Customer Experience dans le but d'être très utile pour le secteur de l'étudiant.

En ce sens, le seul objectif de TECH est de permettre à tous les étudiants de se développer professionnellement grâce à une méthodologie d'enseignement unique sur le marché académique.



“

*Le changement que vous attendiez
dans votre parcours professionnel
n'est qu'une question de 450
heures d'études"*

Êtes-vous prêt à faire le grand saut ? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

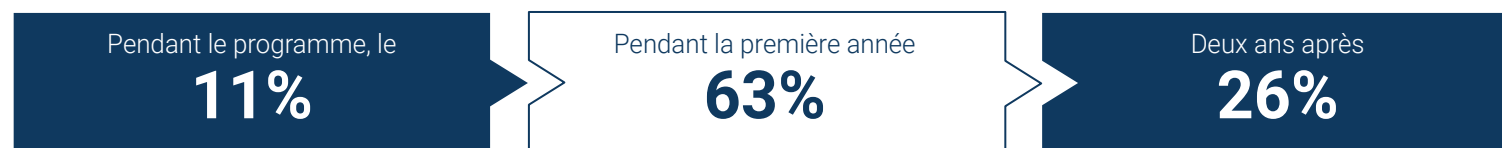
Le Certificat Avancé Customer Experience de TECH est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever les défis, et à prendre les décisions entrepreneuriales dans le domaine la Customer Experience. Son principal objectif est de favoriser votre développement personnel et professionnel en vous aidant à y parvenir.

Si vous voulez vous améliorer, apporter un changement positif à un niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

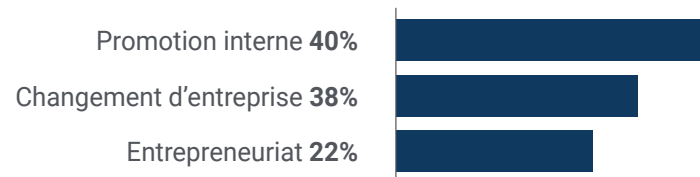
Renforcez votre position économique grâce aux stratégies technologiques les plus avancées en matière de Customer Experience.

Ne manquez pas cette occasion de progresser vers au sommet de votre secteur avec ce Certificat Avancé.

Moment du changement

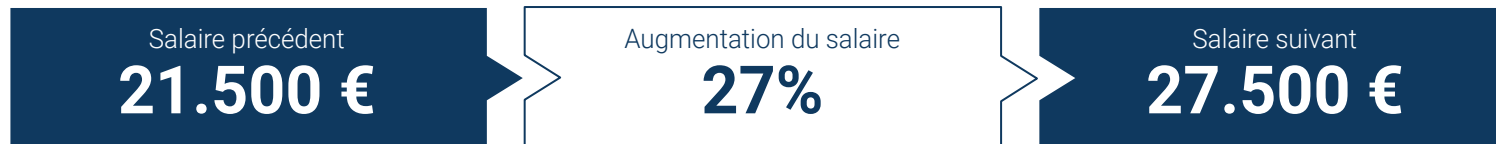


Type de changement



Amélioration du salaire

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **27%** pour nos étudiants.



10

Bénéfices pour votre entreprise

Le Certificat Avancé en innovation en Customer Experience contribuera à faire passer les talents humains de l'entreprise au niveau supérieur. Ainsi, le *Staff* sera parfaitement familiarisé avec des technologies telles que l'intelligence artificielle, le Big Data et la réalité virtuelle.

Sans aucun doute, suivre ce Certificat Avancé est une opportunité unique d'accéder à un puissant réseau de contacts dans lequel le diplômé trouvera de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs.





“

*Développe toutes les clés
des processus d'innovation
orientés vers le client”*

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel, ou développer de nouveaux projets, dans le domaine de la R+D ou le Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce programme permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



11 Diplôme

Le Certificat Avancé en Innovation en Customer Experience garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès
et obtenez votre diplôme universitaire
sans avoir à vous déplacer ou à
remplir des formalités administratives.*

Ce **Certificat Avancé en Innovation en Customer Experience** contient le programme le plus complet et actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Certificat Avancé** délivrée par **TECH Université Technologique**

Le diplôme délivré par TECH Université Technologique indiquera la note obtenue lors du **Certificat Avancé**, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Innovation en Customer Experience**

Heures Officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Certificat Avancé Innovation en Customer Experience

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Temps estimé: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Innovation en Customer
Experience

