

Experto Universitario

Innovación en Customer Experience



Experto Universitario Innovación en Customer Experience

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **12 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**
- » Dirigido a: **graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquiera de las titulaciones del campo de las Ciencias Sociales, Administrativas y Empresariales.**

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-innovacion-customer-experience

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estructura y contenido

pág. 20

06

Metodología

pág. 28

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 36

08

Dirección del curso

pág. 40

09

Impacto para tu carrera

pág. 44

10

Beneficios para tu empresa

pág. 48

11

Titulación

pág. 52

01 Bienvenida

Hacer uso de las últimas tecnologías a nivel empresarial ya no es solo una ventaja competitiva sino un deber para los líderes de compañías, especialmente en relación con la experiencia de cliente. No en vano, la Innovación en la Customer Experience es una gran aliada estratégica en la implantación de una cultura *Customer-Centric*. Por este motivo, los profesionales encontrarán en esta titulación de TECH una valiosa oportunidad para que los clientes solo tengan buenas palabras para sus empresas. Para ello, se profundizará en el alcance e implementación de un proyecto de Customer Experience y en las mejores estrategias innovadoras a partir de la inteligencia artificial y la realidad virtual. Todo ello desde cualquier lugar y con contenidos diseñados por un equipo docente que catapultarán la carrera del egresado a cotas insospechadas.



Experto Universitario en Innovación en Customer Experience.
TECH Universidad Tecnológica



“

Desarrolla planes exitosos de Research en Customer Experience gracias a este Experto Universitario 100% online”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04 Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades en el ámbito de la Customer Experience, de tal modo que el alumno se verá en disposición de abordar las diferentes formas y etapas de un proyecto de CX como un directivo solvente. Asimismo, será capaz de deleitar a sus clientes con aplicaciones tecnológicas innovadoras que harán que la empresa se posicione como una referente en la materia.



“

*Serás un directivo solvente implantando
ambiciosos proyectos de CX que harán que
los clientes siempre recuerden tu empresa”*

**TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos.
Trabajan conjuntamente para conseguirlos.**

Este **Experto Universitario en Innovación en Customer Experience** capacitará al alumno para:

01

Identificar las principales características y tendencias del nuevo consumidor en el mercado actual

02

Analizar el impacto de la tecnología y las redes sociales en las decisiones de compra del nuevo consumidor

03

Reflexionar sobre la importancia de la ética y la transparencia en la relación entre las empresas y el nuevo consumidor





04

Desarrollar habilidades para recopilar y analizar la voz del cliente, y conocimientos para implementar prácticas de voz del cliente

05

Fundamentar cómo utilizar herramientas de medición de la voz del cliente y comunicar los resultados de la voz del cliente a otros departamentos

06

Analizar casos prácticos de empresas que han adaptado con éxito sus estrategias de Marketing y experiencias de compra en base a sus resultados de metodología VoC

07

Examinar diferentes formas y etapas para abordar un proyecto CX

08

Ilustrar diferentes formas de ejecutar un proyecto CX en función de la naturaleza del producto y servicio

09

Proponer diferentes técnicas para el conocimiento del perfil de cliente

10

Fundamentar los principios de un modelo de gobierno centrado en el cliente

11

Proporcionar recursos y referencias de inspiración para abordar un proyecto de CX con éxito

12

Identificar la estrecha relación entre el desarrollo de un sólido sistema de CX y la innovación continua

13

Determinar la implantación de metodologías prácticas para la aceleración de la innovación orientada al cliente

16

Proponer aplicaciones tecnológicas innovadoras para la mejora de la experiencia de cliente

14

Profundizar en herramientas para poder iterar y retar el modelo de negocio con los ojos del cliente

17

Identificar sistemas que apoyen en el análisis y obtención de *Insights* de clientes en base a información difícilmente tratable

15

Examinar las principales aplicaciones prácticas de las herramientas del neuromarketing para lograr deleitar a los clientes

18

Fundamentar los principales dilemas éticos vinculados al desarrollo tecnológico

05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Innovación en Customer Experience es un programa de grandes flexibilidades gracias a su naturaleza online, de tal modo que será el alumno el que escoja el momento y lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses. Este título se desarrolla a lo largo de 6 meses y pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para el éxito profesional del egresado.



“

La visión más integral y actualizada de la Innovación en Customer Experience se encuentra en este plan de estudios. ¿A qué esperas?”

Plan de estudios

El Experto Universitario en Innovación en Customer Experience de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara al profesional para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la Customer Experience.

El contenido del Experto Universitario en Innovación en Customer Experience está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 450 horas de capacitación, el alumno analiza multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Experto Universitario trata en profundidad el mundo digital, el Marketing en dicho entorno y la instauración del comercio electrónico en las empresas, y está diseñado para capacitar a profesionales que entiendan la Customer Experience desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para el profesional, enfocado a su mejora profesional y que le prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la Innovación en Customer Experience. Un programa que entiende sus necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que otorgará al estudiante competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 3 módulos:

Módulo 1

Customer Experience: nuevo cliente o consumidor

Módulo 2

Diseño e implementación de un proyecto CX. Modelo de gobierno

Módulo 3

Innovación y tendencias en Customer Experience



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Innovación en Customer Experience de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. Customer Experience: nuevo cliente o consumidor

<p>1.1. La experiencia de cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.1. La experiencia de cliente. Modelo causal experiencia-satisfacción 1.1.2. Customer Experience <i>Managment</i> (CEM) 1.1.3. Customer Experience vs. <i>Brand Experience</i> 1.1.4. Del Customer Experience al Customer Experience <i>Management</i> 	<p>1.2. El nuevo consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.2.1. El nuevo consumidor. Relacional vs. Transaccional 1.2.2. Tendencias en el mercado actual <ul style="list-style-type: none"> 1.2.2.1. Sostenibilidad, y responsabilidad social 1.2.3. Impacto de la tecnología y las redes sociales en el comportamiento del nuevo consumidor. Tendencias digitales <ul style="list-style-type: none"> 1.2.3.1. Omnicanalidad, sobreinformación y experiencias inmersivas 1.2.4. El consumidor como embajador de la empresa 	<p>1.3. Metodología Voz del Cliente (VoC)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.3.1. Metodología VoC 1.3.2. Customer Experience <i>Insights</i> 1.3.3. Programa VoC como base estratégica para CX 	<p>1.4. Metodologías VoC. Mapeado</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.4.1. Mapeado de <i>Touchpoints</i> 1.4.2. VoC <i>Journey</i> 1.4.3. Mapa de empatía 1.4.4. Identificación de MOTS
<p>1.5. Programa VoC. Principios clave</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.5.1. Escuchar 1.5.2. Preguntar 1.5.3. Interpretar 1.5.4. Actuar 1.5.5. Monitorear 1.5.6. Diseñar 	<p>1.6. Definición de un programa VoC. Etapas</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.6.1. Etapa de concienciación 1.6.2. Etapa de recolección 1.6.3. Etapa de análisis 1.6.4. Etapa de acción 1.6.5. Etapa de evaluación 	<p>1.7. Recolección de la Voz del Cliente: diseño de la investigación VoC</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.7.1. Definición de objetivos y alcance de la investigación 1.7.2. Técnicas de recopilación de datos cuantitativos y cualitativos 1.7.3. Selección de los métodos de recopilación de datos 1.7.4. Diseño de cuestionarios y guías de entrevistas 1.7.5. Herramientas de recolección 	<p>1.8. Análisis de la Voz del Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.8.1. Identificación de patrones y tendencias en los datos recopilados 1.8.2. Interpretación de datos para identificar necesidades, deseos y expectativas del cliente 1.8.3. Aplicación de herramientas cualitativas 1.8.4. Herramientas de análisis
<p>1.9. Evaluación y medición de la Voz del Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.9.1. Sistemas tradicionales: NPS (Net Promote Score) 1.9.2. Medición de las emociones 1.9.3. Novedades en medición VoC 1.9.4. Identificación de oportunidades de mejora 	<p>1.10. La escucha activa para VoC</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.10.1. Escucha y observación dinámica VoC 1.10.2. La atención al cliente como método de escucha 1.10.3. Análisis de sentimiento en redes sociales 		

Módulo 2. Diseño e implementación de un proyecto CX. Modelo de gobierno

2.1. Definición de un alcance de proyecto realista

- 2.1.1. Tipo de proyecto
 - 2.1.1.1. Resolución de problemas
 - 2.1.1.2. Propuesta de valor
 - 2.1.1.3. Innovación
- 2.1.2. Punto de partida
 - 2.1.2.1. El dato como herramienta para identificar oportunidades e *Insights*

- 2.1.3. Alineación de objetivos, participantes y tiempos de ejecución. Rol de los expertos y dinamizadores
 - 2.1.3.1. Revisión de necesidades de negocio
 - 2.1.3.2. Identificación de *Stakeholders* internos y externos
 - 2.1.3.3. Perfil de cliente
 - 2.1.3.4. Definición del *Output* esperado

2.2. Identificación del perfil del cliente en un proyecto CX

- 2.2.1. Identificación del perfil de cliente deseado como reto
- 2.2.2. Perfilado de comportamientos
 - 2.2.2.1. Hábitos de consumo y compra
 - 2.2.2.2. Interacción con canales de comunicación
 - 2.2.2.3. Grado de digitalización
 - 2.2.2.4. Radiografía sociodemográfica
- 2.2.3. Comunicación con el cliente y tratamiento de datos

2.3. Customer journey en un proyecto CX

- 2.3.1. Análisis y tipificación de puntos de contacto
 - 2.3.1.1. Safari y *Shadowing*
 - 2.3.1.2. Entrevistas
 - 2.3.1.3. *Workshops* y *Focus Groups*
- 2.3.2. Identificación de necesidades del cliente por perfil de audiencias
 - 2.3.2.1. Puntos de satisfacción del cliente
 - 2.3.2.1.1. ¿Qué está funcionando hoy? ¿Qué valora el cliente?
 - 2.3.2.2. Puntos de dolor del cliente
 - 2.3.2.2.1. ¿Qué no está funcionando hoy? ¿Qué genera frustración en el cliente?

- 2.3.3. Definición del Customer Journey para cada tipo de cliente
 - 2.3.3.1. Identificación de los principales *Gain* y *Pain Points* de cada etapa clave y los punto de contacto por los que transita

2.4. Ejecución del proyecto

- 2.4.1. Ejecución del proyecto. Aspectos importantes
 - 2.4.1.1. Alineación de la visión del cliente con los objetivos de negocio
 - 2.4.1.2. Visualización del Customer Journey: Fijación de un punto de partida para alinear a todos los equipos de la compañía
 - 2.4.1.3. Análisis de la viabilidad económica. Rentabilidad
 - 2.4.1.4. Implicación de personas clave en la relación con el cliente para entrar en la fase de ejecución

- 2.4.2. Diagnóstico y resolución
 - 2.4.2.1. Fórmulas de presentación del diagnóstico
 - 2.4.2.1.1. *Workshops* de cocreación
 - 2.4.2.1.2. *Benchmarking*
 - 2.4.2.2. Resolución
 - 2.4.2.2.1. Identificación de tareas
 - 2.4.2.2.2. Asignación de tareas por perfil
- 2.4.3. Valoración
 - 2.4.3.1. Definición de las KPI
 - 2.4.3.2. Recogida de datos
 - 2.4.3.3. Periodo de valoración

2.5. Marco de actuación en el proyecto CX

- 2.5.1. Consolidación o desestimación
- 2.5.2. Evangelización interna
- 2.5.3. Identificación de herramientas

2.6. Business Case de producto. Lanzamiento de nuevo producto

- 2.6.1. Ilustración del rol CX en el desarrollo de un producto de innovación
- 2.6.2. Fases en el lanzamiento de un nuevo producto
- 2.6.3. Errores comunes

2.7. Business Case de servicio. CX como catalizador de innovación

- 2.7.1. Papel clave del CX en procesos de innovación
- 2.7.2. Fases
- 2.7.3. Claves para el éxito

2.8. Business Case de servicio. La satisfacción del cliente como palanca para la mejora continua

- 2.8.1. Medición de la satisfacción del cliente a través de todo el Customer Journey
- 2.8.2. Fases
- 2.8.3. Rutinas orientadas a la acción

2.9. El modelo de gobierno en un proyecto CX

- 2.9.1. Roles
- 2.9.2. Datos
- 2.9.3. Planes de acción iterativos

2.10. Implementación de un proyecto CX con éxito. Claves

- 2.10.1. Aprendizajes
- 2.10.2. Referencias
- 2.10.3. Recursos

Módulo 3. Innovación y tendencias en Customer Experience

3.1. Innovación y experiencia de cliente. Vínculo

- 3.1.1. La innovación dentro del marco de la CX
- 3.1.2. Objetivos de la innovación en la experiencia de cliente
- 3.1.3. Innovación en el desarrollo de las interacciones con el cliente

3.2. Gestión de la experiencia de cliente en la era de la transformación digital

- 3.2.1. Motor de experiencia inteligente. Relevancia
- 3.2.2. Búsqueda de experiencias hiperpersonalizadas
- 3.2.3. Gestión de la experiencia en un entorno de omnicanalidad

3.3. La innovación en la gestión de una compañía cliente-centrista

- 3.3.1. El modelo de innovación desde el cliente hacia la compañía
- 3.3.2. Perfiles clave para el desarrollo de un modelo de innovación
- 3.3.3. Modelos de innovación abierta

3.4. Metodologías para acelerar el proceso de innovación efectivo

- 3.4.1. Rutinas generadoras de innovación y creatividad
- 3.4.2. Método *Lean Start Up* para incluir al cliente en la mesa de innovación
- 3.4.3. Tablero Kanban para ganar en innovación y eficiencia en tu día a día
- 3.4.4. Metodología *Scrum*. Aplicación práctica
- 3.4.5. Adopción de herramientas de generación de innovación continua. Beneficios

3.5. Herramientas para el desarrollo de innovadores modelos de negocio cliente-centristas

- 3.5.1. *Business Model Canvas*. Cómo "retar" tu modelo de negocio con esta herramienta
- 3.5.2. *Value Proposition Canvas* y Customer Journey. Relación
- 3.5.3. Mapa de empatía. Más allá de las interacciones tangibles con el cliente
- 3.5.4. Caso práctico

3.6. Neuromarketing y Customer Experience. Cómo ponerse en los zapatos del cliente

- 3.6.1. Neuromarketing y optimización de la innovación
- 3.6.2. Aplicaciones reales del neuromarketing en CX
- 3.6.3. Guía de *Insights* de cliente para potenciar la CX con neuromarketing
- 3.6.4. Caso de éxito

3.7. Innovación en CX I: inteligencia artificial, realidad virtual y sistemas de reconocimiento facial y biométrico

- 3.7.1. Inteligencia Artificial (AI) para la optimización de procesos y la gestión omnicanal
- 3.7.2. Realidad Virtual (RV) y Realidad Aumentada (RA) para llevar tu experiencia de cliente a cualquier lugar
- 3.7.3. Sistemas de reconocimiento facial y biométrica como atenuantes de momentos de dolor con el cliente
- 3.7.4. Caso de éxito

3.8. Innovación en CX II: Machine Learning, IoT y plataformas de gestión omnicanal

- 3.8.1. Machine Learning (ML) para el tratamiento de datos
- 3.8.2. Internet of Things (IoT) para la mejora de la experiencia y conocimiento del cliente
- 3.8.3. Plataformas de gestión omnicanal para una visión holística del cliente
- 3.8.4. Caso de éxito

3.9. La tecnoética: tecnología al servicio del ser humano y no viceversa

- 3.9.1. Protección de los neuroderechos o derechos de Propiedad Intelectual (PI)
- 3.9.2. Ética en la Inteligencia Artificial (IA)
- 3.9.3. Hiperconexión del cliente y la utilización de sus datos
- 3.9.4. El desafío tecnológico

3.10. Establecimiento de un sistema de innovación en una compañía clientecentrista. Importancia

- 3.10.1. Claves para un proceso de innovación orientado al cliente
- 3.10.2. Beneficios de una empresa con sistemas de innovación continua
- 3.10.3. La innovación al servicio de las personas para una óptima experiencia de cliente



“

No habrá cliente que se te resista gracias a tus estrategias con Inteligencia Artificial o Realidad Virtual en la Customer Experience”

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales.

Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aún de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades directivas

Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores business cases que se emplean en Harvard Business School. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama latinoamericano.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



07

Perfil de nuestros alumnos

El Experto Universitario está dirigido a graduados, diplomados y licenciados universitarios que hayan realizado previamente cualquier titulación en el campo de las Ciencias Sociales y Jurídicas, Administrativas y Económicas.

La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples naciones conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

También podrán realizar el Experto Universitario los profesionales que, siendo titulados universitarios en cualquier área, cuenten con una experiencia laboral de 2 años en el campo de la Customer Experience.





“

Lleva un paso más allá tus destrezas en la Customer Experience especializándote en procesos que harán que tu liderazgo sea ampliamente reconocible”

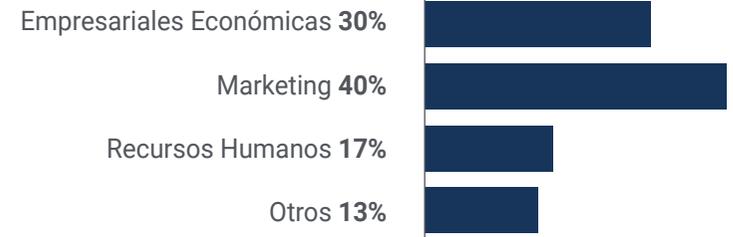
Edad media

Entre **35** y **45** años

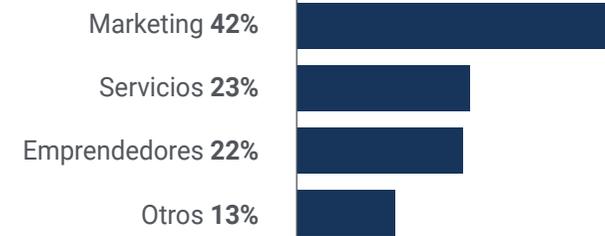
Años de experiencia



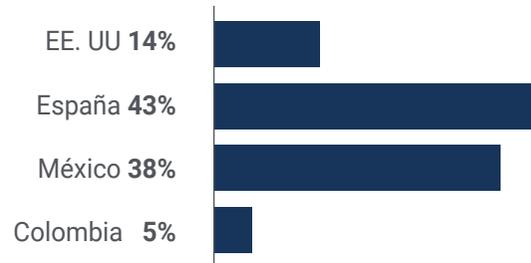
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Vanesa Ramos Ortega

Customer Experience Manager

"Buscaba un programa con el que pudiera implantar estrategias con nuevas tecnologías para mejorar la experiencia de los clientes en mi empresa. De hecho, me preocupaba poder conciliarlo con mi día a día laboral, pero con TECH he encontrado el equilibrio perfecto para hacerlo desde casa y manejando herramientas que hoy son claves en mi departamento"

08

Dirección del curso

Siempre con el objetivo de brindar una especialización que incorpore los más altos estándares académicos, TECH ha reunido en este título a eminencias de la Customer Experience que afianzarán la capacidad de liderazgo del alumno. En este sentido, versados expertos en el uso de nuevas tecnologías en la Experiencia de Cliente, directivos de Marketing de empresas referentes o líderes en el sector del Customer Intelligence confluyen en el programa para satisfacer hasta las expectativas más altas.



“

Deja que expertos en nuevas tecnologías en la Experiencia de Cliente, directivos de Marketing o líderes de Customer Intelligence te catapulten hacia el éxito”

Dirección



Dña. Yépez Molina, Pilar

- ♦ Consultora y Formadora de Marketing para empresas bajo la marca La Digitalista
- ♦ Directora Creativa Ejecutiva y Socia Fundadora creando y desarrollando campañas de Marketing Online y Offline en ÚbicaBelow
- ♦ Directora Creativa Ejecutiva creando y desarrollando campañas de Marketing Promocional y Relacional para clientes Online y Offline en Sidecar SGM
- ♦ Responsable Creativa Online y Creativa Ejecutiva en MC Comunicación
- ♦ Docente de Marketing Digital en el Colegio de Periodistas de Cataluña
- ♦ Docente de Marketing Digital y Estrategias de Comunicación en el Grado de Ingeniería de BES La Salle
- ♦ Docente de Marketing Digital en Euncet Business School
- ♦ Postgrado en Marketing Relacional por el Instituto de la Economía Digital ICEMD
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla



Profesores

Dña. Camps, Núria

- ◆ Formadora en Customer Experience
- ◆ Consultora freelance sobre Customer Experience, mejora de procesos, implantación de herramientas tecnológicas y atención al cliente
- ◆ Consultora y auditora de sistemas de gestión de la calidad en Quality Methode
- ◆ Máster en Comercialización de Destinos Turísticos
- ◆ Diplomada en Turismo por la Universidad de Girona

D. Rueda Salvador, Daniel

- ◆ Customer Intelligence Director en Iberostar Group
- ◆ Digital Project Manager en Iberostar Group
- ◆ Analista en Innovación y Guest Experience
- ◆ Asesor de Comercio Exterior e Inversiones
- ◆ Agente de Recepción y Atención al Cliente
- ◆ Máster Universitario en Gestión Internacional de la Empresa por el Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO)
- ◆ Programa en Desarrollo Directivo, Administración y Dirección por Deusto Business School
- ◆ Graduado en Administración y Dirección de Empresas con Especialización en Marketing y Ventas por la Universidad Deusto Business School

09

Impacto para tu carrera

Un Experto Universitario con estas características sin duda conllevará un significativo impacto en la carrera profesional del egresado. Esto ha llevado al equipo docente a incorporar todas las claves de la Innovación en Customer Experience con la mira puesta en una gran utilidad para el sector del alumno.

En este sentido, el único propósito de TECH es hacer crecer a todos los estudiantes profesionalmente a partir de una metodología pedagógica única en el mercado académico.



“

El cambio que buscabas en tu trayectoria profesional es cuestión de solo 450 horas de estudio”

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera.

El Experto Universitario en Innovación en Customer Experience de TECH es un programa intensivo que prepara al alumnado para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la Customer Experience. Su objetivo principal es favorecer el crecimiento personal y profesional, ayudando a conseguir el éxito.

Si el profesional quiere superarse a sí mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es el sitio.

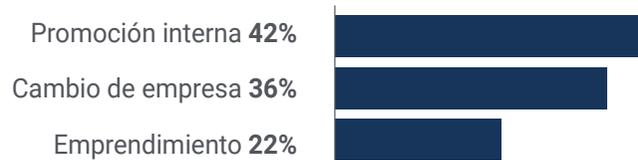
Impulsa tu posición económica gracias a las estrategias tecnológicas más avanzadas en Customer Experience.

No dejes pasar la oportunidad de progresar hasta la cúspide de tu sector con este Experto Universitario.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,07%**



10

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Innovación en Customer Experience será decisivo en aras de elevar el talento humano de la empresa al siguiente nivel. De este modo, el *Staff* estará plenamente familiarizado con tecnologías como la inteligencia artificial, el Big Data y la realidad virtual.

Sin duda, cursar este Experto Universitario supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que el egresado encontrará futuros socios profesionales, clientes o proveedores.



“

Desarrolla todas las claves para los procesos de innovación orientados al cliente”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El alumnado será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o desarrollo de negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este Experto Universitario dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

El Experto Universitario en Innovación en Customer Experience garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Innovación en Customer Experience** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Innovación en Customer Experience**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario Innovación en Customer Experience

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Innovación en Customer Experience

