

Universitätsexperte

Customer Experience





Universitätsexperte Customer Experience

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Hochschulabsolventen, die einen der Abschlüsse im Bereich der Sozial-, Verwaltungs- und Wirtschaftswissenschaften erworben haben.

Internetzugang: www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-customer-experience

Index

01

Willkommen

Seite 4

02

Warum an der TECH studieren?

Seite 6

03

Warum unser Programm?

Seite 10

04

Ziele

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

Seite 20

06

Methodik

Seite 28

07

Profil unserer Studenten

Seite 36

08

Kursleitung

Seite 40

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Seite 44

10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Seite 48

11

Qualifizierung

Seite 52

01

Willkommen

Der Erfolg eines Unternehmens hängt heutzutage von seiner Fähigkeit ab, seinen Kunden über verschiedene digitale Tools eine zufriedenstellende Erfahrung zu bieten. Die Integration mobiler Anwendungen, die Kommunikation über soziale Netzwerke oder der Einsatz von *Chatbots* sind in diesem Bereich unverzichtbar. Die Fähigkeit, einzigartige Erlebnisse zu schaffen, ist daher eine Herausforderung für Fachleute, die in diesem Bereich erfolgreich sein wollen. Um die Entwicklung in diesem Bereich zu erleichtern, hat TECH diesen 100%igen Online-Abschluss entwickelt, der fortgeschrittene Kenntnisse über das Einkaufserlebnis, die neuesten Kundenbindungsstrategien und die für die Analyse des *Target* verwendeten Systeme vermittelt. Und das alles mit den besten Lehrmaterialien und einem erstklassigen Dozententeam.



Universitätsexperte in Customer Experience
TECH Technologische Universität



“

*Schaffen Sie ein unvergessliches Kundenerlebnis
mit diesem 100%igen Online-Universitätsexperten“*

02

Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Fortbildung von Führungskräften.



“

TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die dem Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihm zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein"

Bei TECH Technologische Universität



Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Genauigkeit verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

"Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa" für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH ist nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei TECH zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Studenten getestet. Die akademischen Standards von TECH sind sehr hoch...

95% | der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab



Networking

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass der Student ein großes Netzwerk von Kontakten knüpfen kann, die für seine Zukunft nützlich sein werden.

+100.000 jährlich spezialisierte Manager
+200 verschiedene Nationalitäten



Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

+500 | Partnerschaften mit den besten Unternehmen



Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente des Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für ihn, seine Anliegen und seine Geschäftsvision vorzutragen.

TECH hilft dem Studenten, sein Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet dem Studenten eine einzigartige Erfahrung. Er wird in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer er die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln kann, die am besten zu seiner Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.

TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



Analyse

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



Akademische Spitzenleistung

TECH bietet dem Studenten die beste Online-Lernmethodik. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete Lernmethode für Aufbaustudien) mit der Fallstudie. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht und im Rahmen einer anspruchsvollen akademischen Laufbahn.



Skaleneffekt

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft gilt: **Volumen + Technologie = disruptiver Preis**. Damit stellt TECH sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an anderen Universitäten.



Mit den Besten lernen

Das Lehrteam von TECH erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und zwar in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es dem Studenten ermöglicht, in seiner Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den präzisesten und aktuellsten Fallstudien im akademischen Bereich haben"

03

Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung der Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Der Student wird von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

Wir verfügen über das renommierteste Dozententeam und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Fortbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können"

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die Folgenden:

01

Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Mit einem Studium bei TECH wird der Student seine Zukunft selbst in die Hand nehmen und sein volles Potenzial entfalten können. Durch die Teilnahme an diesem Programm wird er die notwendigen Kompetenzen erwerben, um in kurzer Zeit eine positive Veränderung in seiner Karriere zu erreichen.

70% der Teilnehmer dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.

02

Entwicklung einer strategischen und globalen Vision des Unternehmens

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

Die globale Vision des Unternehmens von TECH wird Ihre strategische Vision verbessern.

03

Konsolidierung des Studenten in der Unternehmensführung

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass der Student sich als hochrangiger Manager mit einer umfassenden Vision des internationalen Umfelds positionieren kann.

Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.

04

Übernahme neuer Verantwortung

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit der Student seine berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben kann.

45% der Studenten werden intern befördert.

05

Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und dem Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden oder Lieferanten zu teilen.

Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.

06

Rigoreuse Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.

07

Verbesserung von *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft dem Studenten, sein erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, um eine Führungspersönlichkeit zu werden, die etwas bewirkt.

Verbessern Sie Ihre Kommunikations- und Führungsfähigkeiten und geben Sie Ihrer Karriere einen neuen Impuls.

08

Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Der Student wird Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt sein: die Gemeinschaft der TECH Technologischen Universität.

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Dozenten zu spezialisieren.

04 Ziele

Ziel dieses Programms ist es, den Studenten eine fortgeschrittene Weiterbildung im Bereich Customer Experience zu bieten. Am Ende des sechsmonatigen Studiengangs beherrschen die Studenten die wichtigsten Instrumente zur Analyse des Kundenprofils und zur Messung der Kundenzufriedenheit. Diese Techniken ergänzen auch das Lernen über digitale Kanäle, um ein unvergessliches Einkaufserlebnis zu schaffen. Zu diesem Zweck stellt TECH die neuesten Informationen zur Verfügung, die von spezialisierten Dozenten vermittelt werden.



“

Identifizieren Sie Verbesserungsmöglichkeiten und verstärken Sie positive Erfahrungen durch die Analyse der von diesem Programm vorgeschlagenen Metriken“

TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen.
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen.

Der **Universitätsexperte in Customer Experience** wird den Studenten zu Folgendem befähigen:

01

Identifizieren von Datenquellen für die Sammlung von Kundenfeedback

04

Ermitteln, welche Grundprinzipien in der technologischen Architektur des Berichts beibehalten werden müssen

02

Bereitstellen der am besten geeigneten Richtlinien für das Sammeln von Kundenfeedback je nach Zeitpunkt der *Journey*

03

Bereitstellen der Grundlagen, um die Qualität der Daten und deren Nutzung zu verbessern

05

Zusammenstellen der Ressourcen und inspirierenden Referenzen für die Gestaltung eines effektiven CX-Dashboards



06

Entwerfen eines effektiven Dashboards zur Kundenzufriedenheit, das für verschiedene Rollen geeignet und auf die Entscheidungsfindung ausgerichtet ist

08

Untersuchen und Bewerten der *Shopping Experience*

09

Nutzen von emotionalem Marketing und *Storytelling*, um ein unvergessliches Einkaufserlebnis zu schaffen

07

Analysieren der verschiedenen Aspekte des Kauf- und Verkaufsprozesses sowie der Konsumgewohnheiten auf dem Markt

10

Anwenden effektiver Kommunikationstechniken, um einen exzellenten Kundenservice zu erreichen und die Kundenbindung zu stärken



11

Integrieren von Technologie in physische Räume, um das Erlebnis zu verbessern

12

Erarbeiten von Strategien zur erfolgreichen Steigerung der Kundenzufriedenheit und von neuen Kundenbeziehungsmodellen, die den digitalen und den physischen Bereich miteinander verbinden

13

Analysieren des Einflusses der Technologie auf das Einkaufserlebnis und wie man sie nutzen kann, um die Interaktion mit den Kunden im Geschäft zu verbessern

14

Integrieren von *Chatbots* in digitale Kanäle, um Effizienz und Kundenservice zu verbessern

15

Identifizieren von *Frictionless* und wie man die Reibung in der Kundenerfahrung über alle Kanäle hinweg reduziert



16

Messen und Bewerten von Kundenzufriedenheit, Effizienz und anderen relevanten Faktoren

18

Erstellen und Etablieren eines Omni-Channel-Designs und dessen Anwendung, um ein kohärentes und konsistentes Erlebnis zu schaffen

19

Erkunden der Suchmaschinenoptimierung und wie sie die Positionierung verbessern kann, um mehr Kunden anzuziehen

17

Entwickeln von Fähigkeiten zur Verwaltung und Vermarktung von Inhalten auf digitalen Kanälen, einschließlich der Suchmaschinenoptimierung und der Nutzung von *Influencers* und Prominenten in den sozialen Medien

20

Erkennen, wie *Influencer* und Prominente genutzt werden können, um ein emotionales Kundenerlebnis zu schaffen



05

Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Customer Experience ist ein Programm, dessen Lehrplan so konzipiert ist, dass er von Anfang an intensives Lernen und einen hohen praktischen Wert bietet. Auf diese Weise werden die Studenten in die Lage versetzt, die effektivsten Techniken und Strategien zur Verbesserung des Kundenerlebnisses anzuwenden. All dies wird durch zahlreiche Lehrmaterialien unterstützt, für die TECH die neuesten Technologien für die Hochschulbildung eingesetzt hat.



“

Sie verfügen über eine virtuelle Bibliothek, auf die Sie rund um die Uhr mit jedem digitalen Gerät mit Internetanschluss zugreifen können“

Lehrplan

Der Universitätsexperte in Customer Experience bietet den Studenten eine umfassende Lernerfahrung über die Wertschöpfung durch personalisierte Erlebnisse und die Umsetzung von Kundenbindungsstrategien zur Steigerung der Kundenzufriedenheit.

Um diese Ziele zu erreichen, beschäftigen sich die Studenten mit der Auswahl von Metriken und der Identifizierung jedes Kundenprofils, um die Emotionen, die den Kauf auslösen, zu analysieren und Möglichkeiten zu erkennen. Mit Hilfe von Videozusammenfassungen zu jedem Thema, Detailvideos, Lektüre und Fallstudien werden sich die Studenten dynamisch mit der *Shopping Experience* und den verschiedenen Arten von digitalen Kanälen auseinandersetzen, um eine optimale Aufmerksamkeit zu erzielen.

Ebenso wird die Methode des *Relearning* es ihnen ermöglichen, auf natürlichere Weise durch den Lehrplan zu gehen, die neu behandelten Konzepte zu festigen und so die langen Stunden des Lernens und Auswendiglernens zu reduzieren.

Dies ist zweifellos eine hervorragende Möglichkeit für Berufstätige, die eine qualitativ hochwertige Weiterbildung mit ihrer täglichen Arbeit verbinden möchten. Der Abschluss bietet Flexibilität und passt sich den tatsächlichen Bedürfnissen der Studenten an, ohne dass Anwesenheitspflichten oder Kurse mit festem Stundenplan vorgeschrieben sind.

Der Universitätsexperte in Customer Experience erstreckt sich über 6 Monate und ist in 3 Module unterteilt:

Modul 1

Customer Experience Analytics

Modul 2

Shopping Experience

Modul 3

Digital Platforms Experience



Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten in Customer Experience vollständig online zu absolvieren. Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.

Modul 1. Customer Experience Analytics

1.1. Datenqualität und -aktivierung. Zentrale Elemente für ein Dashboard

- 1.1.1. Datenerfassung
 - 1.1.1.1. Was, wann und wie man Kunden-Feedback sammelt
- 1.1.2. Analyse der Daten
 - 1.1.2.1. Anforderungen für die Pflege eines Systems, das von den verschiedenen Ebenen der Organisation im Laufe der Zeit interpretiert werden kann
- 1.1.3. Entscheidungsfindung
 - 1.1.3.1. Interpretation und Aktion

1.2. NPS, Kundenloyalität

- 1.2.1. NPS: Was wird damit berechnet und wie?
- 1.2.2. Der NPS als KPI-Benchmark. Pros und Kontras
- 1.2.3. Beispiele und sektorale Referenzen

1.3. CSAT. Kundenzufriedenheit

- 1.3.1. CSAT: Was berechnet er und wie?
- 1.3.2. Die Verwendung von CSAT als Benchmark-KPI. Pros und Kontras
- 1.3.3. Beispiele und sektorale Referenzen

1.4. Ergänzende KPIs

- 1.4.1. CES: Kundenzufriedenheit mit dem Schwierigkeitsgrad einer bestimmten Aktion
- 1.4.2. CLV: Customer Lifetime Value
- 1.4.3. Abwanderungs- und Bindungsraten
- 1.4.4. Sektorspezifische Besonderheiten

1.5. Online-Reputation. Bedeutung der semantischen Daten im Internet

- 1.5.1. Aktives Zuhören im Internet: Analyse der Markenreputation in sozialen Netzwerken, auf Vergleichsseiten und auf Ihrer Website
- 1.5.2. Reaktionsstrategie: Interaktion als Instrument für das Markenreputationsmanagement
- 1.5.3. Plattformen zum Zuhören und Verwalten

1.6. Contact Center. Das Telefon, ein mächtiger Hebel, um den Puls des Kunden zu fühlen

- 1.6.1. Illustration der Rolle der CX bei der Entwicklung eines innovativen Produkts
- 1.6.2. Wesentliche Schritte
- 1.6.3. Häufige Fehler

1.7. Grundlagen für eine ganzheitliche Betrachtung des Kunden-Feedbacks

- 1.7.1. Auswahl der optimalen KPI
- 1.7.2. Optimierung des Zeitplans der Journey für die Erfassung von Feedback
- 1.7.3. Identifizierung des Kundenerlebnisses nach Kundenprofil-Typologie

1.8. Technologische Architektur. Zentrale Aspekte

- 1.8.1. Sicherheit
- 1.8.2. Privatsphäre
- 1.8.3. Integrität
- 1.8.4. Skalierbarkeit
- 1.8.5. Real-Time

1.9. Das Dashboard

- 1.9.1. Rollen
 - 1.9.1.1. Wer interagiert? Zweck und Häufigkeit
- 1.9.2. Visualisierung von Daten
 - 1.9.2.1. Plattformen
- 1.9.3. Bewertung der Auswirkungen von Integrationen

1.10. Kundenerlebnis von verschiedenen Ausgangspunkten aus: Der Weg zur Exzellenz

- 1.10.1. Grad der Kenntnis Ihres Kunden und Zielkunden
- 1.10.2. Erfahrungsmanagement mit externen Teams
- 1.10.3. Ressourcen, Zeit und Nachbereitung
- 1.10.4. Evangelisierung durch das Management/ Exekutivteam

Modul 2. Shopping Experience

2.1. Shopping Experience

- 2.1.1. *Shopping Experience*
- 2.1.2. Erzeugen von Erfahrungen als Mittel zur Differenzierung
- 2.1.3. Schlüssel zum Verständnis der *Shopping Experience*

2.2. Der Kaufprozess und der Verkaufszyklus

- 2.2.1. Verbraucherpsychologie im Kaufentscheidungsprozess
- 2.2.2. Der Verkaufszyklus. Schlüssel zur Optimierung des Verkaufsprozesses
- 2.2.3. Der Markt und das Kaufverhalten

2.3. Hervorragender Service im Kundendienst und After-Sale

- 2.3.1. Kundenservice und After-Sales-Service
- 2.3.2. Omnichannel-Kundenservice
- 2.3.3. Effektive Techniken der Kundenkommunikation
- 2.3.4. Einfluss des Ladenpersonals auf das Einkaufserlebnis

2.4. Personalisierung im Benutzererlebnis

- 2.4.1. Personalisierung im Benutzererlebnis. Relevanz
- 2.4.2. Einfluss der Personalisierung auf die Kaufentscheidung.
- 2.4.3. Personalisierung im physischen Kundenservice

2.5. Gestaltung des Kundenerlebnisses im Ladengeschäft

- 2.5.1. Gestaltung des Ladenlayouts zur Verbesserung des Kundenerlebnisses
- 2.5.2. Nutzen der Sinne zur Erzeugung positiver Emotionen beim Kunden
- 2.5.3. Strategien zur Verbesserung des

2.6. In-Store-Technologie

- Einkaufserlebnisses
- 2.6.1. Interaktive Displays in physischen Geschäften
- 2.6.2. *Geotargeting*: Verwendung von *Beacons* zur Personalisierung des Einkaufserlebnisses
- 2.6.3. Datenanalyse zur Verbesserung des Einkaufserlebnisses

2.7. Emotionales Marketing für das Einkaufserlebnis

- 2.7.1. Emotionen im Kaufentscheidungsprozess. Einfluss
- 2.7.2. Gestaltung von emotionalen Marketingstrategien
- 2.7.3. Einsatz von *Storytelling* im Käuferlebnis

2.8. Sensorisches Marketing im Einkaufserlebnis

- 2.8.1. Sensorisches Marketing. Relevanz
- 2.8.2. Techniken des sensorischen Marketings
 - 2.8.2.1. Die Sinne, die positive Emotionen beim Verbraucher hervorrufen
- 2.8.3. Trends im sensorischen Marketing. Zukunft

2.9. Bewertung der Shopping Experience

- 2.9.1. Metriken
- 2.9.2. Sammlung von Kunden-*Feedback*
- 2.9.3. Maßnahmen und Techniken für die Bewertung des Kundenerlebnisses in der Filiale

2.10. Ein erinnerungswürdiges Einkaufserlebnis schaffen

- 2.10.1. Ein erinnerungswürdiges Einkaufserlebnis schaffen
- 2.10.2. Trends im *Retail*
- 2.10.3. Zugängliche *Shopping Experience*

Modul 3. Digital Platforms Experience

3.1. Digitale Kanäle

- 3.1.1. Internet der Dinge (IoT) und seine Rolle in digitalen Kanälen
- 3.1.2. Arten von digitalen Kanälen
- 3.1.3. Wahl der richtigen digitalen Kanäle für Ihr Unternehmen

3.2. Web-Kanal

- 3.2.1. Analyse des Benutzererlebnisses im Web-Kanal
- 3.2.2. Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- 3.2.3. *Liquid Web Design*: Anpassung an mobile Geräte

3.3. Mobile Anwendungen und soziale Netzwerke

- 3.3.1. Arten von mobilen Anwendungen
- 3.3.2. Wesentliche Funktionen einer App. Implementierung
- 3.3.3. Auswirkungen von sozialen Netzwerken auf das Kundenerlebnis
 - 3.3.3.1. Schritte zur Verbesserung der Kundeninteraktion und -zufriedenheit

3.4. Chatbots

- 3.4.1. Arten von *Chatbots*
 - 3.4.1.1. Regelbasierte *Chatbots*
 - 3.4.1.2. Auf künstlicher Intelligenz basierende *Chatbots*
 - 3.4.1.3. Hybride *Chatbots*
- 3.4.2. Integration von *Chatbots* in digitale Kanäle zur Verbesserung des Kundenservices und der Effizienz
- 3.4.3. Gestaltung eines *Chatbots* für ein intuitives und effektives Benutzererlebnis

3.5. Sprachtechnologie

- 3.5.1. Sprachtechnologie. Anwendungsbeispiele
- 3.5.2. Virtuelle Assistenten zur Verbesserung des Kundenerlebnisses
- 3.5.3. Sprachtechnologie für das Kundenerlebnis. Trends und Zukunft

3.6. Customer Experience in digitalen Kanälen

- 3.6.1. Customer Experience in digitalen Kanälen
- 3.6.2. Webdesign als Triebfeder für die Verbesserung des Benutzererlebnisses
- 3.6.3. Effizienz als Teil des Erlebnisses

3.7. Design für Kanäle

- 3.7.1. Omnichannel-Design
- 3.7.2. Design verwalten, um das kanalübergreifende Erlebnis zu verbessern
- 3.7.3. Design-Systeme: *Atomic Design* und *Design System*

3.8. Arbeiten mit Kanälen

- 3.8.1. *Content Marketing*
 - 3.8.1.1. Wertvolle und relevante Inhalte für den Kunden auf digitalen Kanälen erstellen
- 3.8.2. Optimierung der digitalen Kanäle zur Verbesserung der Positionierung in den Suchergebnissen
- 3.8.3. Einsatz von *Influencers* und Prominenten, um ein emotionales Kundenerlebnis zu schaffen

3.9. Personalisierung

- 3.9.1. Omnichannel-Personalisierung. Personalisierte Benutzererfahrung
- 3.9.2. Künstliche Intelligenz
 - 3.9.2.1. *Clustering* und Hyper-Personalisierung
- 3.9.3. Personalisierung zur Erstellung relevanter und attraktiver Angebote und Werbeaktionen für jeden Kunden

3.10. Omnichannel und *Frictionless*

- 3.10.1. Das Konzept *Frictionless* und die Auswirkungen auf das Kundenerlebnis
- 3.10.2. Identifizierung und Management von Reibung beim Kunden



“

*Steigern Sie die Kundenzufriedenheit
und das Engagement Ihrer Marke
mit den neuesten digitalen Trends
im Bereich Customer Experience“*

06

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen hinter sich lässt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Die TECH Business School verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren.

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt"



Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.



Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“*Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen*”

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen.

Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage werden wir bei der Fallmethode konfrontiert, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden die Studenten mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodology

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftshochschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten spanischsprachigen Online-Universität zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -instrumente fortgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

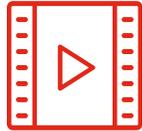
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten Neurocognitive Context-Dependent E-Learning mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



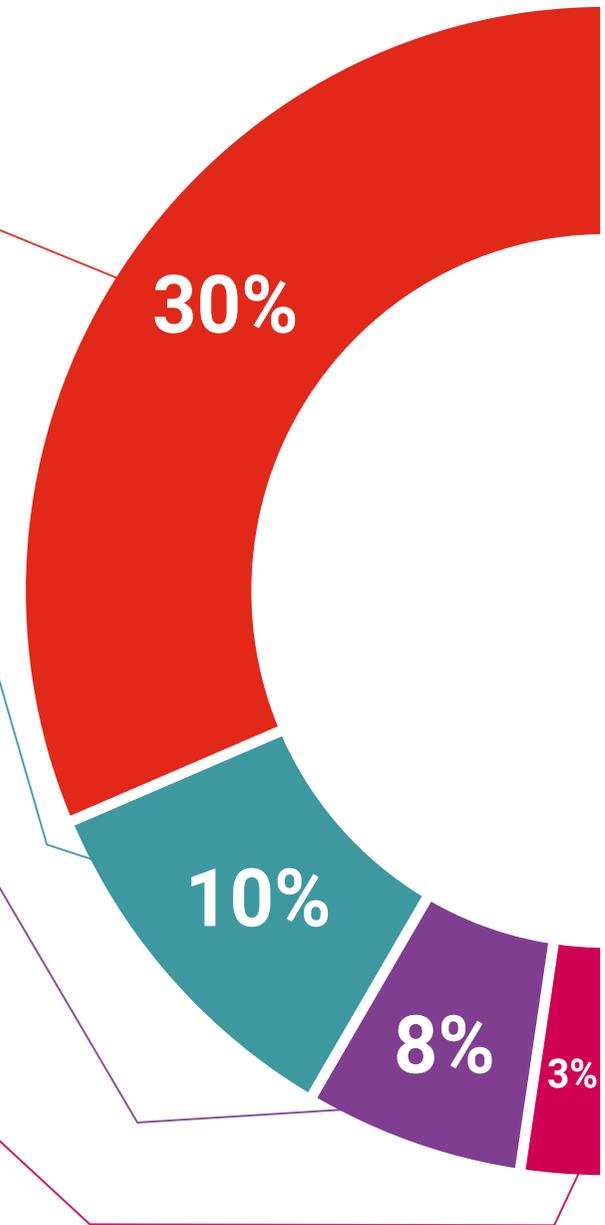
Übungen zu Managementfähigkeiten

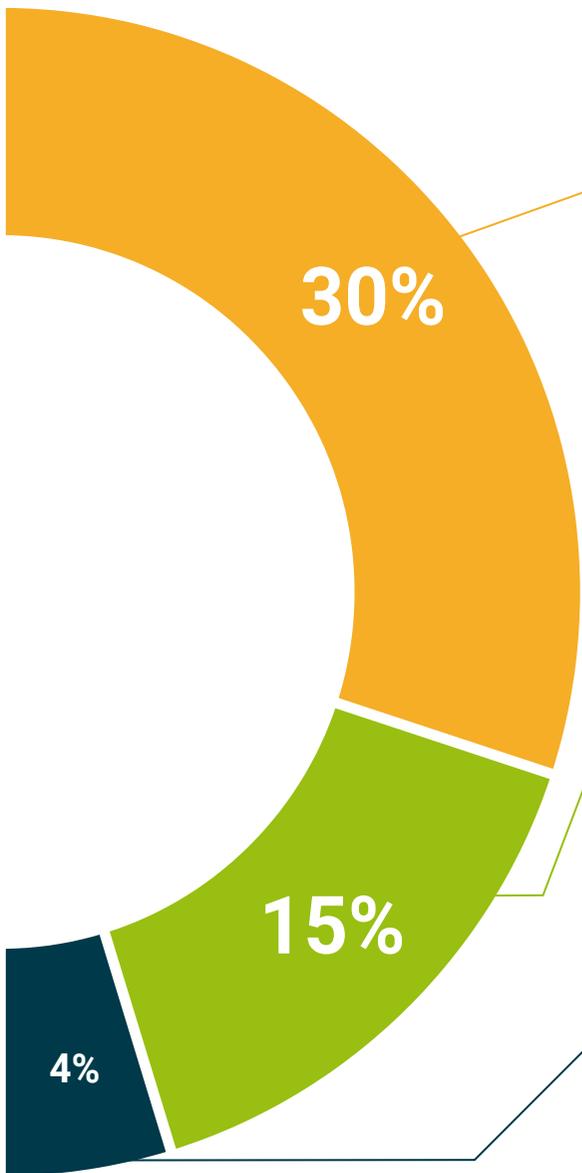
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u. a. In der virtuellen Bibliothek von TECH hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "Europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



07

Profil unserer Studenten

Der Universitätsexperte richtet sich an Hochschulabsolventen, die zuvor einen beliebigen Abschluss im Bereich der Sozial-, Verwaltungs- oder Wirtschaftswissenschaften erworben haben.

Die Vielfalt der Teilnehmer mit unterschiedlichen akademischen Profilen und aus vielen verschiedenen Ländern macht den multidisziplinären Ansatz dieses Programms aus.

Auch Berufstätige mit zwei Jahren Berufserfahrung im Bereich Kundenerfahrung, selbst wenn sie einen Hochschulabschluss in einem beliebigen Bereich haben, können den Universitätsexperten absolvieren.





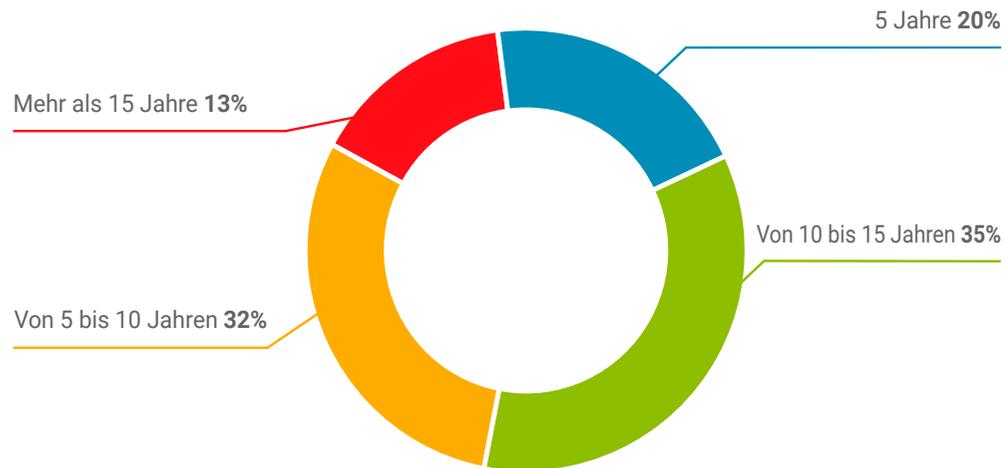
“

Wenn Sie Erfahrung im Marketing haben und sich im Bereich der Kundenakquise weiterentwickeln möchten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie"

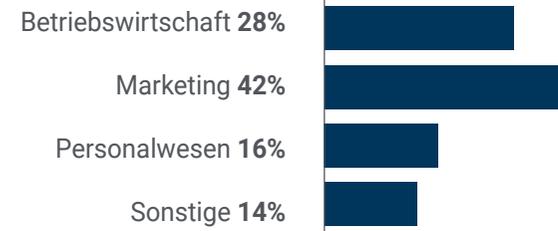
Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

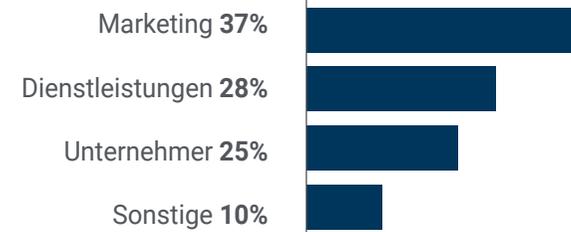
2 Jahre Erfahrung



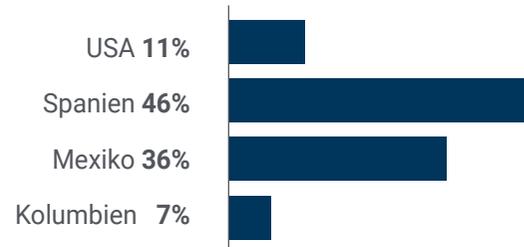
Ausbildung



Akademisches Profil



Geografische Verteilung



Laura Cortijo Suárez

Expertin in Customer Experience

„Dieser Abschluss war ein Gewinn für meine berufliche Laufbahn. Er hat mir ermöglicht, neue digitale Strategien zu integrieren und das Beste daraus zu machen, um das Kundenerlebnis der Unternehmen, mit denen ich arbeite, zu verbessern. Eine einzigartige Gelegenheit mit den besten Experten“

08

Kursleitung

Eines der Elemente, die diesen Studiengang auszeichnen, ist das Dozententeam, das für die Gestaltung und Entwicklung des Lehrplans verantwortlich ist. Dank ihrer umfangreichen Berufserfahrung in den Bereichen Marketing, Customer Engagement und UXLearn in führenden nationalen und internationalen Unternehmen haben die Studenten garantiert Zugang zu äußerst wertvollen Informationen, um ihr Wissen und ihre Karriere im Bereich Customer Experience zu fördern.



A black and white photograph showing three people from a side profile, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape on the right side of the page.

“

Ausgewiesene Experten aus den Bereichen Marketing und Kundenakquise werden Sie mit den neuesten Informationen zum Thema Customer Experience versorgen“

Leitung



Fr. Yépez Molina, Pilar

- Marketingberaterin und -Trainerin für Unternehmen unter der Marke La Digitalista
- Executive Creative Director und Gründungspartnerin bei ÚbicaBelow, wo sie On- und Offline Marketingkampagnen entwickelt und gestaltet
- Executive Creative Director für die Erstellung und Entwicklung von Offline und Beziehungsmarketingkampagnen für Kunden Online und offline bei Sidecar SGM
- Online Creative Manager und Executive Creative Director bei MC Comunicació
- Dozentin für Digitales Marketing an der katalanischen Journalistenschule
- Dozentin für Digitales Marketing und Kommunikationsstrategien im Studiengang Ingenieurwesen an der BES La Salle
- Dozentin für Digitales Marketing an der EUNCET Business School
- Aufbaustudiengang in Relationship Marketing vom Institut für Digitale Wirtschaft ICEMD
- Hochschulabschluss in Werbung und Public Relations an der Universität von Sevilla

Professoren

Hr. Rueda Salvador, Daniel

- ◆ Customer Intelligence Director bei Iberostar Group
- ◆ Digital Project Manager bei Iberostar Group
- ◆ Analyst für Innovation und Guest Experience
- ◆ Berater für Außenhandel und Investitionen
- ◆ Empfangs- und Kundenservicemitarbeiter
- ◆ Masterstudiengang in International Business Management vom Zentrum für Wirtschafts- und Handelsstudien (CECO)
- ◆ Programm für Managemententwicklung, Verwaltung und Management von der Deusto Business School
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management mit Spezialisierung auf Marketing und Vertrieb von der Universität Deusto Business School

Fr. De los Reyes Flores, Paloma

- ◆ Account Manager und Influencer Marketing bei The NewsRoom Digital Group
- ◆ Production Assistant bei Elle Magazine
- ◆ Masterstudiengang in Fashion Business Management an der ESDEN Business School
- ◆ Doppel-Hochschulabschluss in Rechtswissenschaften-ADE an der Universität von Castilla La Mancha

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

Diese akademische Option wurde entwickelt, um die Karriere der Studenten zu fördern. Aus diesem Grund bietet der Studiengang eine theoretisch-praktische Perspektive, die es ermöglicht, die aktuell erfolgreichsten Strategien im Bereich Customer Experience in die tägliche Arbeit zu integrieren. Auf diese Weise erweitern die Studenten ihren Handlungsspielraum und können ihre Karrierewünsche in der Branche verwirklichen.





“

*Erreichen Sie Ihre beruflichen Ziele im Bereich
Customer Experience dank TECH“*

Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen?

Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung.

Der Universitätsexperte in Customer Experience von TECH ist ein intensives Programm, das auf die Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen im Bereich Customer Experience Management vorbereitet. Sein Hauptziel ist es, das eigene persönliche und berufliche Wachstum zu fördern und so zum Erfolg beizutragen.

Wer sich verbessern, eine positive Veränderung auf beruflicher Ebene erreichen und sich mit den Besten austauschen möchte, ist hier genau richtig.

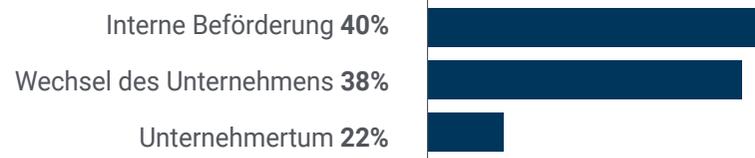
Werden Sie Experte für die Verbesserung des Kundendienstes und erweitern Sie Ihren beruflichen Spielraum.

Sie werden Ihre Karriere und das Einkaufserlebnis Ihrer Kunden positiv verändern.

Zeitpunkt des Wandels



Art des Wandels



Gehaltsverbesserung

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **27%**



10

Vorteile für Ihr Unternehmen

Der Universitätsexperte in Customer Experience trägt zweifellos zur Beherrschung des Themas durch die Studenten bei, aber auch in den Unternehmen, in denen sie ihre Funktionen ausüben. Auf diese Weise steigern die Unternehmen ihr Prestige, indem sie über hochqualifizierte Fachleute verfügen, die ihr Wissen ständig aktualisieren und die neuesten Trends in diesem Bereich berücksichtigen. Eine akademische Option, die sowohl den Fachleuten als auch den Unternehmen, für die sie arbeiten, zahlreiche Möglichkeiten eröffnet.



“

Im digitalen Zeitalter müssen Customer Experience Professionals mit den neuesten Trends Schritt halten. Bleiben Sie auf dem Laufenden mit diesem Universitätsexperten"

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Die Fachkraft wird neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die relevante Veränderungen bewirken können.

02

Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und der Fachkraft und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

Aufbau von Akteuren des Wandels

Die Fachkraft wird in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

04

Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.

05

Entwicklung eigener Projekte

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich FuE oder *Business Development* ihres Unternehmens entwickeln.

06

Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit

Dieses Programm wird die Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.



11

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Customer Experience garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Customer Experience** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologische Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Customer Experience**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



Universitätsexperte Customer Experience

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische
Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Customer Experience

