

专科文凭

Customer Experience





专科文凭 Customer Experience

- » 模式: 在线
- » 时长: 6个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 教学时数: 16小时/周
- » 课程表: 自由安排时间
- » 考试模式: 在线
- » 目标对象: 社会科学、行政管理科学和商业科学专业的大学毕业生、毕业生和已获得学位的大学毕业生。

网页链接: www.techtitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-customer-experience

目录

| | | | |
|----------|-------------------|-------------------|---------------|
| 01 欢迎 | 02 为什么在TECH学习? | 03 为什么选择我们的课程? | 04 目标 |
| 4 | 6 | 10 | 14 |
| | 05 结构和内容 | 06 方法 | 07 我们学生的特质 |
| | 20 | 28 | 36 |
| | 08 课程管理 | 09 对你事业的影响 | 10 对你公司的好处 |
| | 40 | 44 | 48 |
| | | | 11 学位 |
| | | | 52 |

01 欢迎

如今,公司的成功取决于其通过多种数字工具提供令人满意的客户体验的能力。整合移动应用程序、通过社交网络进行交流或使用 Chatbots 在这一领域不可或缺。因此,对于希望在商界取得成功的专业人士来说,如何产生独特的感觉是一项挑战。为进一步促进在这一领域的发展,TECH 设计了这一 100% 在线的资格认证,提供有关购物体验、消费者忠诚度最新战略以及目标分析系统的高级知识Target.所有这一切,都离不开最好的教材和一流的师资队伍。



Customer Experience 专科文凭
TECH 科技大学



“

通过这个 100% 在线的 专科文凭, 创造令人难忘的用户体验”

02

为什么在TECH学习?

TECH是世界上最大的100%在线商业学校。它是一所精英商学院,具有最大的学术需求模式。一个国际高绩效和管理技能强化培训的中心。



“

TECH是一所站在技术前沿的大学, 它将所有资源交给学生支配, 以帮助他们取得商业成功”

TECH科技大学



创新

这个大学提供一种在线学习模式,将最新的教育技术与最大的教学严谨性相结合。探索一种独特的、获得国际认可的学习方法,这将为学生提供在不断变化的世界中茁壮成长的关键。在这个充满创新要求的时代,我们为每位企业家提供了解锁成功之门的承诺。

“由于在节目中加入了创新的互动式多视频系统,被评为 微软欧洲成功案例。”



最高要求

TECH的录取标准不是经济的在这个大学学习没有必要进行大量投资。然而,为了从TECH毕业,学生的智力和能力的极限将受到考验。这个机构的学术标准非常高。

95 % | TECH学院的学生成功完成学业



联网

来自世界各地的专业人员参加TECH,因此,学生将能够建立一个庞大的联系网络,对他们的未来很有帮助。

+100,000

每年培训的管理人员

+200

不同国籍的人



赋权

学生将与最好的公司和具有巨大声望和影响力的专业人士携手成长。TECH已经与7大洲的主要经济参与者建立了战略联盟和宝贵的联系网络。

+500 | 与最佳公司的合作协议



人才

这个课程是一个独特的建议,旨在发挥学生在商业领域的才能。这是一个机会,你可以利用它来表达你的关切和商业愿景。

TECH帮助学生在这个课程结束后向世界展示他们的才华。



多文化背景

通过在TECH学习,学生将享受到独特的体验。你将在一个多文化背景下学习。在一个具有全球视野的项目中,你将了解到世界不同地区的工作方式,收集最适合你的商业理念的最新信息。

TECH的学生来自200多个国家。

TECH 追求卓越,为此,拥有一系列使其成为独一无二的大学的特色:



分析报告

TECH鼓励学生发掘他们批判性思维的一面,培养他们质疑事物、解决问题以及拓展人际交往能力的技能。



优秀的学术成果

TECH为学生提供最好的在线学习方法。大学将 Relearning 方法(国际公认的研究生学习方法)与哈佛大学商学院的案例研究相结合。传统和前卫在一个艰难的平衡中,在最苛刻的学术行程中。



规模经济

TECH是世界上最大的网上大学。它拥有超过10,000个大学研究生课程的组合。而在新经济中,数量+技术=颠覆性价格。这确保了学习费用不像在其他大学那样昂贵。



向最好的人学习

TECH教学团队在课堂上解释了导致他们在其公司取得成功的原因,在一个真实、活泼和动态的环境中工作。全力以赴提供优质专业的教师,使学生在事业上有所发展,在商业世界中脱颖而出。

教师来自 20 个不同的国家。



在TECH,你将有机会深入接触学术界最严谨和最新的案例研究,为你的学术旅程增添更多的色彩和启发"

03

为什么选择我们的课程？

完成科技课程意味着在高级商业管理领域取得职业成功的可能性倍增。

这是一个需要努力和奉献的挑战，但它为我们打开了通往美好未来的大门。学生将从最好的教学团队和最灵活、最创新的教育方法中学习。



“

我们拥有最著名的教师队伍和市场上最完整的教学大纲,这使我们能够为您提供最高学术水平的培训”

该方案将提供众多的就业和个人利益,包括以下内容:

01

对学生的职业生涯给予明确的推动

通过在TECH学习,学生将能够掌握自己的未来,并充分开发自己的潜力。完成该课程后,你将获得必要的技能,在短期内对你的职业生涯作出积极的改变。

本专业70%的学员在不到2年的时间内实现了职业的积极转变。

02

制定公司的战略和全球愿景

TECH提供了一般管理的深刻视野,以了解每个决定如何影响公司的不同职能领域。

我们对公司的全球视野将提高你的战略眼光。

03

巩固高级商业管理的学生

在TECH学习,为学生打开了一扇通往非常重要的专业全景的大门,使他们能够将自己定位为高级管理人员,对国际环境有一个广阔的视野。

你将在100多个高层管理的真实案例中工作。

04

承担新的责任

在该课程中,将介绍最新的趋势、进展和战略,以便学生能够在不断变化的环境中开展专业工作。

45%的参训人员在内部得到晋升。

05

进入一个强大的联系网络

TECH将其学生联系起来,以最大限度地增加机会。有同样关注和渴望成长的学生。你将能够分享合作伙伴、客户或供应商。

你会发现一个对你的职业发展至关重要的联系网络。

06

以严格的方式开发公司项目

学生将获得深刻的战略眼光,这将有助于他们在考虑到公司不同领域的情况下开发自己的项目。

我们20%的学生发展自己的商业理念。

07

提高软技能和管理技能

TECH帮助学生应用和发展他们所获得的知识,并提高他们的人际交往能力,使他们成为有所作为的领导者。

提高你的沟通和领导能力,为你的职业注入活力。

08

成为一个独特社区的一部分

学生将成为由精英经理人、大公司、著名机构和来自世界上最著名大学的合格教授组成的社区的一部分:TECH科技大学社区。

我们给你机会与国际知名的教授团队一起进行专业学习。

04 目标

这个课程旨在为学生提供客户体验方面的高级培训。因此，在为期6个月的课程结束时，毕业生将掌握用于分析消费者概况和衡量其满意度的主要工具。这些技巧还将补充学习数字渠道，以获得令人难忘的购物体验。为此，TECH提供由专业教学人员提供的最新信息。



“

通过分析这个计划提出的衡量标准, 确定改进的机会并加强积极的经验”

TECH 会把学生的目标作为自己的。
并与学生一同致力达成。

这个 Customer Experience 专科文凭 将培训学生：

01

确定收集反馈的数据来源 反馈意见 客户反馈

04

确定报告的技术架构需要坚持哪些基本原则

02

为收集 反馈 在客户旅程中最合适的时间点提供反
馈收集指南 旅程

03

提供改进数据质量和数据消费的关键

05

为设计有效的客户体验仪表盘汇编资源和灵感参考



06

设计有效的客户满意度记分卡,使其适用于不同角色并面向决策

08

检查和评估 Shopping Experience

09

利用情感营销和 Storytelling 创造难忘的购物体验

07

分析买卖过程中涉及的不同方面以及市场消费模式

10

运用有效的沟通技巧,实现卓越的客户服务,培养客户忠诚度



11

将技术融入物理空间, 提升体验

12

制定成功提高客户满意度的战略, 以及连接数字与实体的
新型客户关系模式

13

分析技术对购物体验的影响, 以及如何利用技术改善实
体店与顾客的互动

14

整合 Chatbots 融入数字渠道, 提高效率, 改善客户服务

15

识别 Frictionless 以及如何减少跨渠道客户体验中的摩擦



16

衡量和评估客户满意度、效率和其他相关因素

18

生成并建立全方位渠道设计, 以及如何应用该设计创造连贯一致的体验

19

探索搜索引擎优化以及如何改进搜索引擎以吸引更多客户

17

培养在数字渠道上管理和营销内容的技能, 包括搜索引擎优化和使用影响者 和社交媒体名人

20

识别影响者 Influencers 和名人可用于提供情感联系紧密的客户体验



05

结构和内容

Customer Experience 专科文凭课程的学习计划旨在从一开始就提供强化学习和巨大的实用性。这样，参加该课程的专业人员就能采用最有效的技术和策略来改善客户体验。此外，TECH 还提供大量教学资源，将最新技术应用于大学教学。



“

你拥有一个虚拟图书馆,可通过任何联网的数字设备 24 小时访问”

教学大纲

Customer Experience 专科文凭为毕业生提供了完整的学习体验,包括通过个性化体验创造价值、实施忠诚度战略以提高客户满意度。

为了实现这些目标,学生们将研究如何选择衡量标准和识别每个消费者的特征,以便分析促成购买的情绪和发现机会。此外,通过每个主题的视频摘要、详细视频、阅读和案例研究,毕业生将动态地深入了解 Shopping Experience 和不同类型的数字渠道,以创建最佳的客户服务。

同样,通过 Relearning 方法,学生将以更自然的方式完成教学大纲,巩固所学的新概念,从而减少长时间的学习和记忆。

毫无疑问,对于希望将优质教学与日常活动相结合的专业人士来说,这是一个绝佳的机会。这个学位具有灵活性,可根据毕业生的实际需求进行调整,无需考勤,也无需按照固定的时间表上课。

Customer Experience 专科文凭课程为期 6 个月,分为 3 个模块:

模块1

客户体验 分析

模块2

Shopping Experience

模块3

数字平台经验



何时,何地,如何授课?

TECH 提供完全在线培养Customer Experience专科文凭的可能性。在培训持续的6个月中,学生可以将能够访问这个课程的所有内容,这将使你能够自我管理你的学习时间。

这将是一个独特而关键的教育旅程,将成为你专业发展的决定性一步,助你实现明显的飞跃。

模块 1. Customer Experience 分析

1.1. 数据质量及其激活。仪表板的关键要素

- 1.1.1. 数据采集
 - 1.1.1.1. 收集客户 Feedback 的内容、时间和方式
- 1.1.2. 数据分析
 - 1.1.2.1. 要求维护一个可由组织各层长期解释的系统
- 1.1.3. 决策
 - 1.1.3.1. 解释和行动

1.2. NPS, 客户忠诚度

- 1.2.1. NPS: 它是如何计算的?
- 1.2.2. 将 NPS 作为关键绩效指标的基准。优点和缺点
- 1.2.3. 实例和部门参考资料

1.3. CSAT. 顾客满意度

- 1.3.1. CSAT: 它是如何计算的?
- 1.3.2. 将 CSAT 作为关键绩效指标的基准。优点和缺点
- 1.3.3. 实例和部门参考资料

1.4. 补充关键绩效指标

- 1.4.1. CES: 客户对特定行动难度的满意度
- 1.4.2. CLV: 客户终身价值
- 1.4.3. 辍学率和保留率
- 1.4.4. 行业特点

1.5. 网上声誉。语义互联网数据的重要性

- 1.5.1. 在互联网上积极倾听: 在社交网络、比较网站和你的网站上进行品牌声誉分析
- 1.5.2. 应对策略: 将互动作为品牌声誉管理工具
- 1.5.3. 监听和管理平台

1.6. 联络中心。电话, 把握客户脉搏的有力杠杆

- 1.6.1. 说明客户体验在创新产品开发中的作用
- 1.6.2. 基本步骤
- 1.6.3. 常见错误

1.7. 全面了解客户 Feedback 的关键 客户 Feedback

- 1.7.1. 选择最佳关键绩效指标
- 1.7.2. 优化 "Journey" 收集 Feedback 的时间安排
- 1.7.3. 按客户特征类型识别客户体验

1.8. 技术架构。关键问题

- 1.8.1. 安全
- 1.8.2. 隐私
- 1.8.3. 整合
- 1.8.4. 可扩展性
- 1.8.5. 实时性

1.9. 控制面板

- 1.9.1. 角色
 - 1.9.1.1. 互动对象、目的和频率
- 1.9.2. 数据可视化
 - 1.9.2.1. 平台
- 1.9.3. 评估整合的影响

1.10. 从不同起点出发的客户体验: 通往卓越之路

- 1.10.1. 对客户和目标客户的了解程度
- 1.10.2. 与外部团队的经验管理
- 1.10.3. 资源、时间和后续行动
- 1.10.4. 管理层/执行团队的福音传播

模块 2. Shopping Experience**2.1. Shopping Experience**

- 2.1.1. Shopping Experience
- 2.1.2. 创造体验作为差异化的手段
- 2.1.3. 了解 Shopping Experience的关键

2.2. 购买过程和销售周期

- 2.2.1. 购买决策中的消费者心理
- 2.2.2. 销售周期。优化销售流程的关键
- 2.2.3. 市场和购买模式

2.3. 卓越的客户服务和售后服务

- 2.3.1. 客户服务和售后服务
- 2.3.2. 全方位客户服务
- 2.3.3. 有效的客户沟通技巧
- 2.3.4. 店员对Shopping Experience的影响

2.4. 用户体验个性化

- 2.4.1. 用户体验个性化。重要性
- 2.4.2. 个性化对购买决策的影响
- 2.4.3. 实体客户服务个性化

2.5. 实体店的客户体验设计

- 2.5.1. 设计店铺布局, 提升客户体验
- 2.5.2. 利用感官激发消费者的积极情绪
- 2.5.3. 改善实体店体验的策略

2.6. 店内技术

- 2.6.1. 实体店的互动展示
- 2.6.2. Geotargeting: 利用信标实现个性化购物体验
- 2.6.3. 通过数据分析改善购物体验

2.7. 购物体验中的情感营销

- 2.7.1. 购买决策中的情感因素。影响
- 2.7.2. 设计情感营销战略
- 2.7.3. 在购物体验中使用 Storytelling 的方式

2.8. 购物体验中的感官营销

- 2.8.1. 感官营销。重要性
- 2.8.2. 感官营销技巧
 - 2.8.2.1. 感官--消费者积极情绪的创造者
- 2.8.3. 感官营销趋势。未来

2.9. Shopping Experience评估

- 2.9.1. 度量衡
- 2.9.2. 收集客户 Feedback
- 2.9.3. 评估实体店体验的行动和技巧

2.10. 打造难忘的购物体验

- 2.10.1. 打造难忘的Shopping Experience
- 2.10.2. Retail趋势
- 2.10.3. 无障碍Shopping Experience

模块 3. 数字平台经验

3.1. 数字渠道

- 3.1.1. 物联网 (IoT) 及其在数字渠道中的作用
- 3.1.2. 数字渠道的类型
- 3.1.3. 为企业选择正确的数字渠道

3.2. 网络渠道

- 3.2.1. 网络渠道的用户体验分析
- 3.2.2. 搜索引擎优化 (SEO)
- 3.2.3. 液体网页设计: 适应移动设备

3.3. 移动应用程序和社交网络

- 3.3.1. 移动应用程序的类型
- 3.3.2. 应用程序的基本功能执行
- 3.3.3. 社交媒体对客户体验的影响
 - 3.3.3.1. 努力提高客户互动和满意度

3.4. Chatbots

- 3.4.1. Chatbots的类型
 - 3.4.1.1. 基于规则的Chatbots
 - 3.4.1.2. 基于人工智能的Chatbots
 - 3.4.1.3. 混合Chatbots
- 3.4.2. 将 Chatbots 融入数字渠道, 改善客户服务并提高效率
- 3.4.3. 设计 Chatbots, 打造直观有效的用户体验

3.5. 语音技术

- 3.5.1. 语音技术。使用案例
- 3.5.2. 虚拟助理改善客户体验
- 3.5.3. 客户体验中的语音技术。趋势与未来

3.6. 数字渠道的客户体验

- 3.6.1. 数字渠道的客户体验
- 3.6.2. 网页设计是改善用户体验的驱动力
- 3.6.3. 效率是体验的一部分

3.7. 渠道设计

- 3.7.1. 全渠道设计
- 3.7.2. 管理设计, 提升跨渠道体验
- 3.7.3. 设计系统: 原子设计和设计系统

3.8. 与渠道合作

- 3.8.1. 内容营销
 - 3.8.1.1. 在数字渠道上创建有价值的相关客户内容
- 3.8.2. 优化数字渠道, 提高在搜索结果中的定位
- 3.8.3. 利用 Influencers "和名人提供情感联系紧密的客户体验"

3.9. 个性化定制

- 3.9.1. 全渠道个性化。个性化用户体验
- 3.9.2. 人工智能
 - 3.9.2.1. 聚类和超个性化
- 3.9.3. 个性化, 为每位客户提供相关的、有吸引力的优惠和促销活动

3.10. 全渠道和 Frictionless

- 3.10.1. Frictionless 概念及其对客户体验的影响
- 3.10.2. 识别和管理客户摩擦



“

利用客户体验方面的最新
数字趋势提高客户满意度和品牌参与度”

06 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的。**Relearning**.

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用,并被新**英格兰医学杂志**等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。





“

发现Relearning, 这是一种摒弃传统线性学习方法的系统, 它通过循环教学系统带你学习: 这种学习方法已被证明极为有效, 尤其是在需要记忆的科目上”

TECH商学院使用案例研究来确定所有内容的背景。

我们的课程提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化、竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

通过 TECH, 你可以体验到一种动摇全球传统大学根基的学习方式”



这个课程使你准备好在不确定的环境中面对商业挑战, 使你的企业获得成功。



我们的课程就像一艘坚固的航船,为你在变幻莫测的大海中迎接新挑战提供坚实支持,助你成功航向事业的目标"

一种创新并不同的学习方法

这个TECH课程是一个密集的培训课程,从头开始创建,为国内和国际最高水平的管理人员提供挑战和商业决策。由于这种方法,这个和职业成长得到了促进,向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的基础的技术,它确保遵循当前的经济、社会和商业现实。

“你们将通过合作活动和真实案例,学习如何解决真实商业环境中的复杂情况”

在世界顶级商学院存在的时间里,案例法一直是最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律,案例法向他们展示真实的复杂情况,让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年,它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

在特定情况下,专业人士应这个怎么做?这就是我们在案例法中面临的问题,这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中,学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识,研究、论证和捍卫他们的想法和决定。

Relearning方法

TECH有效地将案例研究方法 与基于循环的100%在线学习系统相结合, 在每节课中结合了个不同的教学元素。

我们采用最佳的 100% 在线教学方法:Relearning来强化案例研究。

我们的在线系统将允许你组织你的时间和学习节奏, 使其适应你的日程安排。你将能够从任何有互联网连接的固定或移动设备上获取内容。

在TECH, 你将用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种走在世界教育学前沿的方法被称为 Relearning。

我们的商学院是唯一获准采用这种成功方法的西班牙语学校。2019年, 我们成功地提高了学生的整体满意度 (教学质量、材料质量、课程结构、目标...) 与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习、解除学习、忘记和再学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经一培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学、遗传学、外科、国际法、管理技能、体育科学、哲学、法律、工程、新闻、历史、金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

Relearning将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息、想法、图像记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根这个原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。



这个课程提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

所有的教学内容都是由教授这个课程的专家专门为这个课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



大师班

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



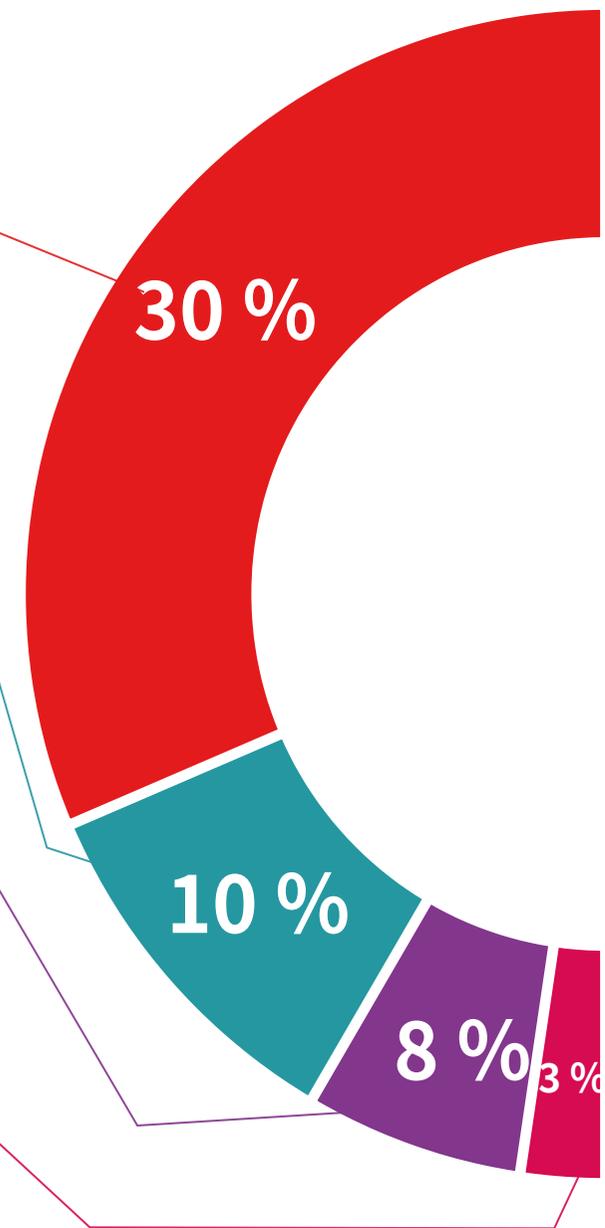
管理技能实践

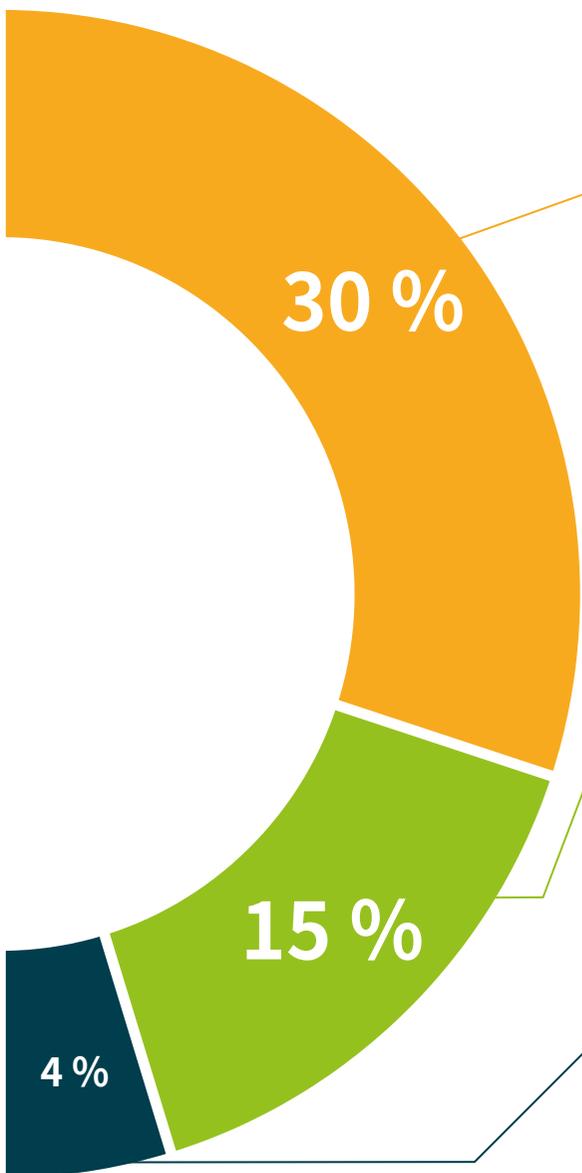
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力直接。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为直接所需的技能和能力。



延伸阅读

最近的文章、共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





案例研究

他们将完成哈佛商学院使用的最佳商业案例的选择。由拉丁美洲最好的高级管理专家介绍、分析和辅导的案例。



互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体中, 其中包括音频、视频、图像、图表和概念图, 以强化知识。
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予 "欧洲成功案例" 称号。



测试和循环测试

在整个课程中, 通过评估和自我评估活动和练习, 定期评估和重新评估学习者的知识: 通过这种方式, 学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



07

我们学生的特质

专科文凭面向社会、行政和商业科学领域的大学毕业生和已完成任何学位课程的大学毕业生。

来自多个国家的不同学术背景的参与者构成了该计划的多学科方法。

任何专业的大学毕业生,如果在客户体验领域有两年的工作经验,也可以参加专科文凭的考试。





“

如果你有市场营销方面的背景,并希望在获取客户方面有所发展,那么这项计划将非常适合你”

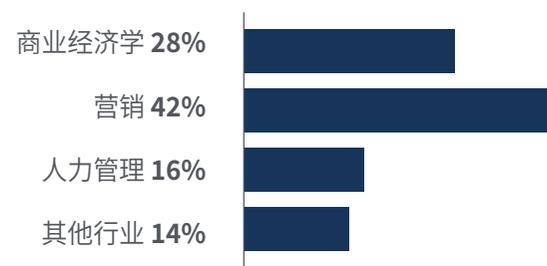
平均年龄

35 岁至 **45** 之间

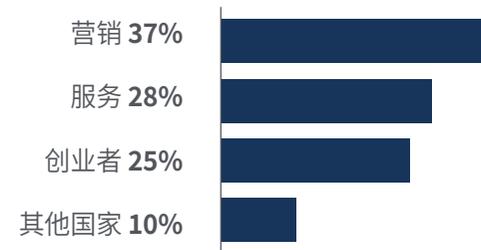
经验年限



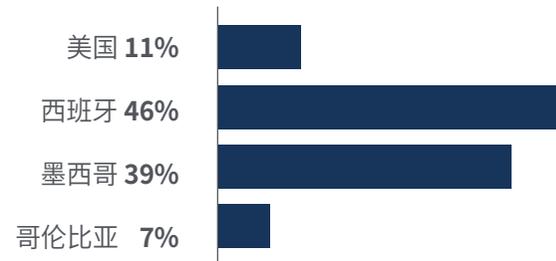
培训



学术概况



地域分布



Laura Cortijo Suárez

客户体验专家

“这个学位为我的职业生涯加分不少。它让我能够整合新的数字战略，并充分利用这些战略来改善我合作的公司的客户体验。最佳专家提供的独特机会”

08 课程管理

这个学位的特色之一是由教师负责设计和制定教学大纲。由于他在国内和国际领先公司的市场营销、客户参与和 UXLearn 部门拥有广泛的职业生涯,保证了毕业生能够获得有价值的信息,以增强其在客户体验领域的知识和职业发展。





“

杰出的营销和客户获取专业人士将负责为你提供有关 Customer Experience 的最新信息”

管理人员



Yépez Molina, Pilar 女士

- La Digitalista 品牌公司的营销顾问和培训师
- ÚbicaBelow 执行创意总监兼创始合伙人, 负责创建和开发在线和离线营销活动
- Sidecar SGM 的执行创意总监, 为在线和离线客户创建和开发促销与关系营销活动
- MC Comunicación 在线创意经理兼执行创意经理
- 加泰罗尼亚记者学院数字营销讲师
- 拉萨尔高等商学院 (BES La Salle) 工程学士学位数字营销与传播战略讲师
- Euncet 商学院数字营销讲师
- 数字经济研究所 ICEMD 关系营销研究生课程
- 塞维利亚大学广告与公共关系学位

教师

Rueda Salvador, Daniel 先生

- ◆ 伊比利亚斯塔集团Customer Intelligence 总监
- ◆ 伊比利亚斯塔集团数字项目经理
- ◆ 创新与宾客体验分析师
- ◆ 外贸与投资顾问
- ◆ 接待和客户服务代理
- ◆ 经济与商业研究中心(CECO)颁发的国际商业管理硕士学位
- ◆ 德乌斯托商学院的行政发展、行政和管理课程
- ◆ 毕业于德乌斯托大学商学院工商管理专业, 主修市场营销和销售

De los Reyes Flores, Paloma 女士

- ◆ NewsRoom Digital Group 客户经理兼影响者营销
- ◆ Elle 杂志制作助理
- ◆ ESDEN商学院时装商业管理硕士学位
- ◆ Castilla-La Mancha大学法律-ADE双学位



09

对你事业的影响

这种学术选择旨在促进选修学生的职业发展。因此，这个课程的教学大纲从理论和实践的角度出发，让你能够将最成功的客户体验战略融入到日常工作中。通过这种方式，毕业生将扩大自己的活动领域，并能够实现自己在该行业的职业发展愿望。





“

通过 TECH, 实现你在客户体验
领域为自己设定的职业目标”

你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你。

TECH Customer Experience 专科文凭课程是一项强化课程，旨在帮助学生做好准备，迎接客户体验管理领域的挑战和商业决策。其主要目标是通过帮助你获得成功来促进你的个人和职业成长。

如果你想提高自己，在专业层面上做出积极的改变，并与最优秀的人交流，这里就是你的理想之地。

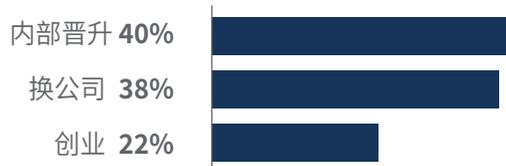
成为改善售后服务的专家，扩大你的专业范围。

你将为自己的职业生涯和顾客的购物体验带来积极的变化。

改变的时候到



改变的类型



工资提高

完成这个课程后, 我们学生的工资会增长超过27%



10

对你公司的好处

毫无疑问, Customer Experience 专科文凭不仅有助于学生掌握该学科的知识,也有助于他们所在的公司履行其职能。通过这种方式,这些机构通过拥有高素质的专业人员来提高自身的声望,这些专业人员不断更新知识,并结合该领域的最新趋势。这种学术选择为专业人员和他们所在的公司提供了多种可能性。



“

在数字时代, Customer Experience专家必须了解最新趋势。通过这位专科文凭获得最新信息”

培养和留住公司的人才是最好的长期投资。

01

人才和智力资本的增长知识资本

该专业人员将为公司带来新的概念、战略和观点,可以为组织带来相关的变化。

02

留住高潜力的管理人员,避免人才流失

这个计划加强了公司和经理人之间的联系,并为公司内部的职业发展开辟了新的途径。

03

培养变革的推动者

你将能够在不确定和危机的时候做出决定,帮助组织克服障碍。

04

增加国际扩张的可能性

由于这一计划,该公司将与世界经济的主要市场接触。



05

开发自己的项目

可以在一个真实的项目上工作, 或在其公司的研发或业务发展领域开发新。

06

提高竞争力

该课程将使具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

11 学位

Customer Experience 专科文凭除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由 TECH 科技大学颁发的专科文凭学位证书。



“

无需旅行或繁琐的程序,即可成功通过此课程并获得大学学位”

这个 **Customer Experience 专科文凭** 包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到**TECH科技大学**颁发的相应的**专科文凭**学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在专科文凭获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和专业职业评估委员会的普遍要求。

学位: **Customer Experience 专科文凭**

官方学时: **450小时**





专科文凭 Customer Experience

- » 模式: 在线
- » 时长: 6个月
- » 学位: TECH 科技大学
- » 教学时数: 16小时/周
- » 课程表: 自由安排时间
- » 考试模式: 在线

专科文凭

Customer Experience

