

Certificación Internacional

ADOCX

Advanced Customer
Experience Certification

cxlataminstitute.com

LEARN IN
USA



OPCIÓN A DOBLE
CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL



 Latam
Institute

cxlataminstitute.com

La experiencia por encima del producto y precio

A veces se piensa que la única manera de vender más es haciendo promociones o bajando el precio, sin embargo, la verdadera diferenciación, debemos orientarla al valor que generamos, a la ventaja competitiva que tenemos. Debemos comprender al cliente y la competencia, para luego diseñar una propuesta de valor que impacte y genere más y mejores ventas.

cxlataminstitute.com

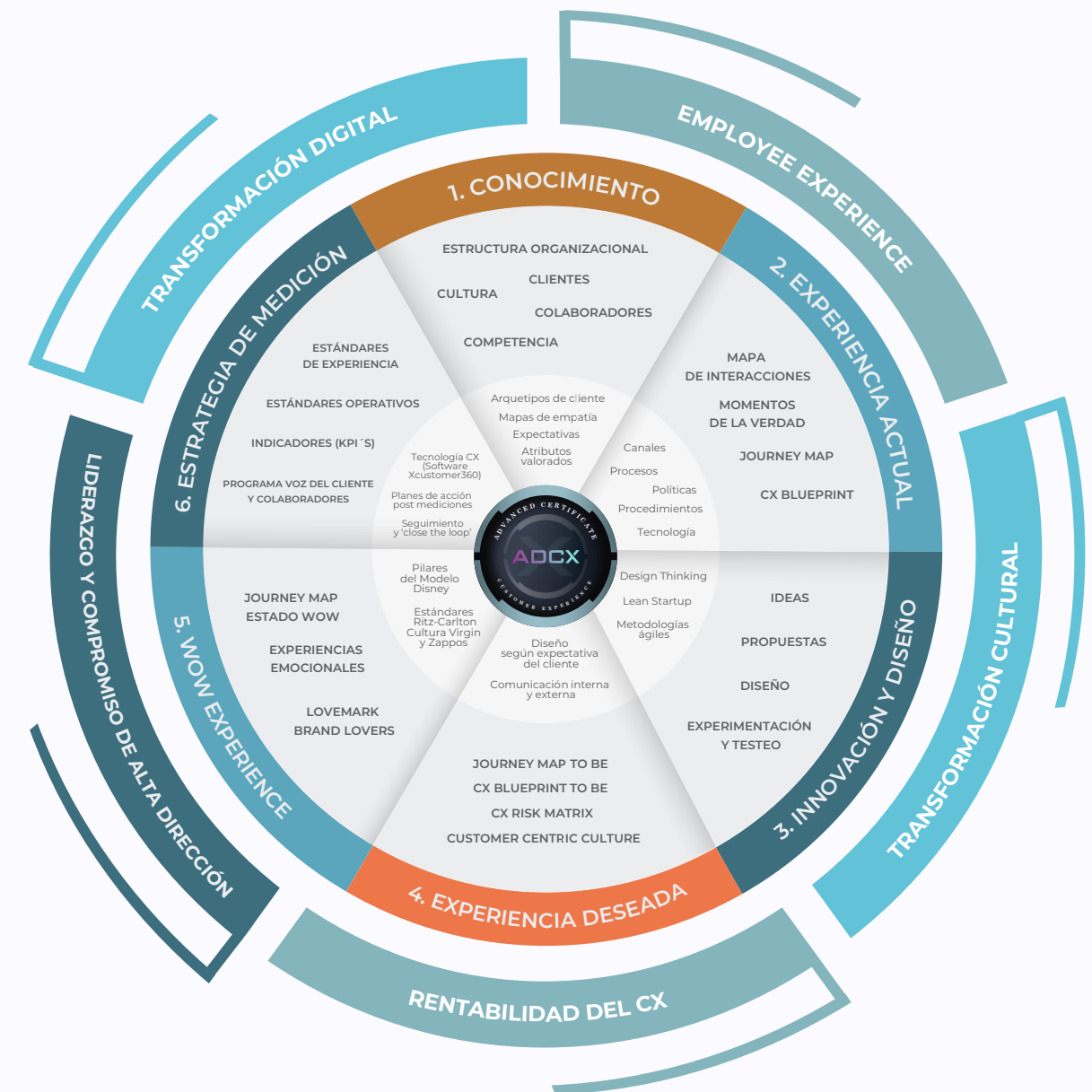
Implementa una estrategia de Customer Experience

que genere diferenciación
y rentabilidad para tu empresa

cxlataminstitute.com

Modelo integral de Customer Experience

Sé un experto en Customer Experience, implementando nuestro ADCX Model, el cual fue inspirado en modelos y herramientas que se usan en Disney, The Ritz Carlton, Virgin, entre otras emblemáticas firmas de talla mundial.



Modelo integral CX

Cómo gestionar un proyecto integral de Customer Experience, creando una estructura de gestión centrada en Soluciones para los clientes.

Herramientas CX

Crear e implementar herramientas de Customer Experience y conocimiento del cliente como: arquetipos de cliente, mapa de empatía, customer journey map, blueprint, gestión de indicadores (customer feedback management), gestión de riesgos y rentabilidad.

Estrategia y Estructura CX

Comprender la estructura ideal que debe tener un área de CX, así como los roles del CX Manager y el perfil de quienes conforman el área es clave para el éxito de la estrategia que definamos.



¿Qué aprenderé?

cxlataminstitute.com

¿Qué significa ser participante del programa ADCX?

Recibirás la Certificación como Experto en Customer Experience emitido por CX Latam Institute y el Diploma con reconocimiento en los Estados Unidos emitido por Florida Global University



Te vas a sumergir en una experiencia entretenida y disruptiva, donde aprenderás conceptos, modelos y herramientas de aplicabilidad inmediata en tu organización.

Aplicarás todo lo aprendido en un proyecto final en equipos, el cual será implementado en una empresa real.

Podrás implementar un modelo integral de gestión de la experiencia, desarrollando habilidades necesarias para crear una visión integral del mundo del customer experience.

Harás networking con participantes de empresas de diferentes países.



cxlataminstitute.com


Diseñado para :

- PROFESIONALES DE ÁREAS RELACIONADAS AL CUSTOMER EXPERIENCE
- EMPRENDEDORES Y PROFESIONALES INDEPENDIENTES
- GERENTES, DIRECTORES O RESPONSABLES DE CUSTOMER EXPERIENCE
- EMPRESARIOS Y EJECUTIVOS DE EMPRESAS DE CUALQUIER TAMAÑO Y SECTOR
- CREADORES DE EXPERIENCIAS PARA CLIENTES




EXPOSITORES




 **Rodrigo Fernandez
de Paredes**
Customer Experience



 **Daniel Cedeño**
Customer & Employee
Experience



 **Andrés Silva Arancibia**
Liderazgo Digital
Empresarial

► El Dreamteam **de la Experiencia**




EXPOSITORES



 **Natalia Gómez**
Innovación y Service
Design



 **Raúl Camacho**
Cultura y Servicio
al Cliente



 **Roxana Chacón**
Marketing de Experiencias

► El Dreamteam **de la Experiencia**

Módulos del programa

01

Customer Experience

CX Framework
Rodrigo Fernández de P. – (Per)

- CX Model
- Customer Centric Matrix
- Human Centric Model
- El Journey Competitivo

02

Client Centric

Arquetipos y Personas
Daniel Cedeño (Ven)

- Arquetipos de Clientes por segmentación psicográfica
- Mapa de empatía

03

Customer Journey Map

Raúl Camacho (Ven)

- Customer Journey Map
- Mapa de interacciones
- CJM: Estado actual
- CJM: Estado deseado y wow
- CXS (CX Score)

04

CX Blueprint

Rodrigo Fernández de P. – (Per)

- Procesos detrás de la experiencia
- Estado actual y deseado
- Identificación de problemas, riesgos y oportunidades

05

Innovación y Service Design

Diseño de experiencias
Natalia Gómez (Col)

- Service Design
- Inspiración, convergencia y divergencia
- Mapa de afinidad.
- Definición de retos
- Matriz de priorización de ideas
- Storytelling

06

Métricas y Tecnología CX

Daniel Cedeño (Ven)
Rodrigo Fernández de P. (Per)

- Estándares
- Voz del Cliente
- Voz de Colaboradores
- CFM: Customer Feedback Management
- CRM: Customer Experience Management

07

Transformación Cultural y Organizacional

Andrés Silva Arancibia (Chi)

- El Modelo de los 8 pasos para una transformación efectiva
- Entendiendo la cultura y desafíos
- Liderazgo para la transformación
- Estrategia y compromiso
- Alineando la organización
- Monitoreo de avances de la transformación (métricas y KPI's)
- Planes de contingencia.
- Visualizando el nuevo estado cultural de la organización.

08

CX Tools. Taller CX Blueprint

Rodrigo Fernández de P. – (Per)

- Variantes que se pueden dar al implementarlo
- Ejercicios de aplicación con casos de diferentes industrias

09

Principios Financieros en CX

Daniel Cedeño (Ven)

- Principios financieros en CX
- Rentabilidad de la Experiencia

10

WOW Experience

Roxana Chacón (Ven)

- Entender las bases para construir e implementar una experiencia incomparable.
- Contexto, planificación, diseño, implementación, comunicación.

Trabajo Final: Implementa todo lo aprendido a una empresa real



CXDM CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN AND MANAGEMENT

Customer Experience – El Contexto

Customer Experience o Experiencia del cliente, se ha convertido en tendencia empresarial debido al valor que genera enfocarse en los clientes. De acuerdo a recientes estudios, la experiencia tomó ventaja por encima del producto y precio, por lo tanto, ante propuestas similares, el cliente va a elegir aquella que brinde una mejor experiencia integral.

La estrategia de Customer Experience, debe contemplar el conocimiento de los clientes, competencia y colaboradores, la identificación de las brechas entre el escenario actual y deseado, el diseño e implementación de mejoras y la definición de una estrategia de medición que permita conocer si vamos por el camino correcto.

Customer Experience tiene como objetivo crear experiencias duraderas, mucho más que ofrecer un buen momento.

Aplicada de manera integral, una estrategia de Customer Experience, permitirá definir los factores diferenciadores que crean el mundo y momento ideales.

“LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL NO ES POSIBLE SIN LA TRANSFORMACIÓN DE PERSONAS”

Modalidad: 100% online con clases en vivo



Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

3% COMPLETADO 1/26 Steps

1. Modelo integral CX360. Mapa de empatía

COMPLETADO

Lección | Materiales

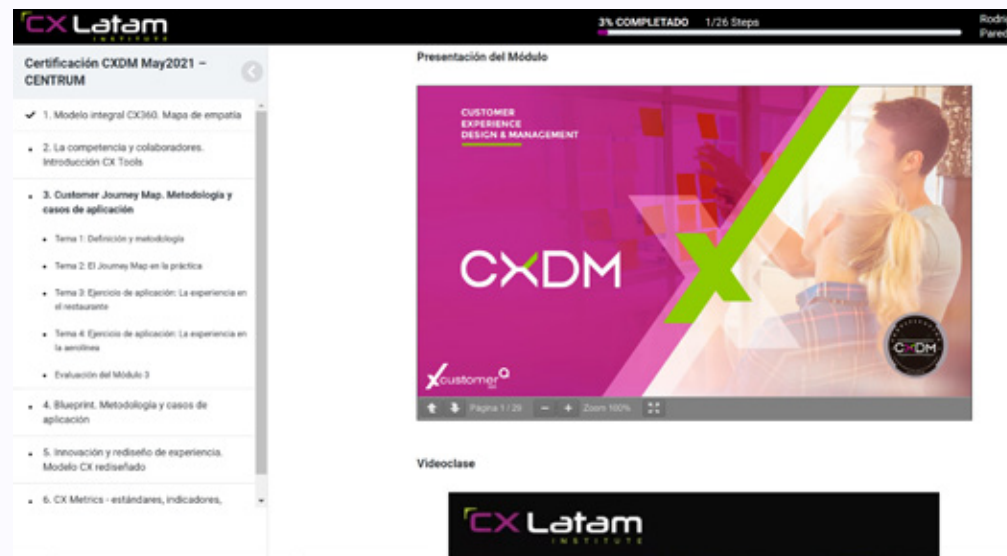
Introducción

El primer módulo del programa tiene como objetivo dar a los participantes una visión general del tema. A través de la explicación del experto y la revisión de diferentes casos reales los participantes tendrán una visión general de lo que está pasando en el mundo respecto a Customer Experience y el por qué dejó de ser una moda pasajera, para convertirse en un generador de rentabilidad y diferenciación para las organizaciones.

Se explica la importancia de implementar un modelo de diseño, gestión y medición de experiencia del cliente, tomando como referencia el Modelo XCUSTOMER 360, el cual ha sido implementado en diferentes países en empresas de diferentes sectores, y, es a su vez, la base del libro Construyendo Xperiencias, best seller en Latinoamérica y USA.

Objetivos

- Brindar al participante una visión integral sobre Customer Experience, tendencias actuales,



Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

3% COMPLETADO 1/26 Steps

Presentación del Módulo

CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN & MANAGEMENT

CXDM

Videoclase



Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

3% COMPLETADO 1/26 Steps

Evaluación del Módulo 3

A continuación, el cuestionario de evaluación del Módulo 3, el cual consta de 5 preguntas. Una vez que lo inicies tendrás 10 minutos para realizarlo.

Si te sientes preparado ingresa, caso contrario puedes repasar los contenidos y realizarlo luego, ya que sólo tendrás 1 intento para completarlo.

Sabemos que lo harás bien!

Time limit: 00:09:49

1. En el mes de febrero hicimos un Customer Journey Map en mi empresa, sin embargo, debido a la situación actual (COVID19) el mismo ha perdido validez y lo recomendable es hacer uno nuevo:

a) Verdadero

b) Falso

cxlataminstitute.com

Plataforma Educativa

La experiencia en vivo se complementa con actividades, evaluaciones y material adicional en la plataforma de CX Latam Institute.

Advanced Customer Experience Certification



Este certificado se otorga a:

Quien ha completado con éxito los requisitos para ser reconocido como

ADCX Certified

Utilizando el Modelo de Customer Experience de

CX Latam Group®

Duración: 28 horas + trabajo final
Fecha: Marzo 2022
Modalidad: online en vivo

Rodrigo Fernández de Paredes A.
CEO Xcustomer Group LLC

Diploma Certificación
ADCX

cxlataminstitute.com

Recuerda, por llevar este programa obtendrás

KIT ADVANCED CX Tools

Una guía completa con las herramientas necesarias para implementar el modelo de gestión integral de la experiencia.

MATERIAL ADICIONAL ADCX

Contenido clave para tu aprendizaje y desarrollo personal

CX PARTNER

Durante las sesiones y la realización del trabajo final, contarás con el apoyo de tus docentes para que te acompañen en tu ruta de aprendizaje



Soluciones de formación In House a la medida de tu empresa

Beneficios exclusivos para empresas

- Tarifas exclusivas en programas abiertos
- Tarifa preferencial en programas In House
- Descuentos permanentes
- Extensión de beneficios



Contacto

Sheyla Manzanedo
Móvil y Whatsapp (51) 950095428
smanzanedo@cxlata.com