

WORKSHOP INTERNACIONAL

CX economics & ROI

Calcula la rentabilidad y mide el impacto que genera el CX en los negocios

 4 sesiones, 12 horas en vivo

 100% práctico y aplicable

cxlataminstitute.com

LEARN IN
USA



OPCIÓN A DOBLE
CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL



 Latam
Institute

cxlataminstitute.com

La importancia del lenguaje de las finanzas del CX

Al igual que todos los otros ejecutivos, los profesionales de la experiencia del cliente debemos ser capaces de comunicar el valor que aportamos a nuestras organizaciones utilizando el lenguaje de las finanzas si queremos que nuestras iniciativas puedan tener la oportunidad de obtener los recursos de inversión que son necesarios para transformar la experiencia del cliente.

cxlataminstitute.com

Los profesionales de CX que puedan demostrar el ROI de lo que hacen, lograrán posicionar su compañía y dar el salto hacia otro nivel.

Construye un modelo de ROI adecuado para tu negocio, que impulse, cuantifique y estime los costos de tus estrategias de Customer Experience antes de lanzarlas al mercado.

cxlataminstitute.com

Diseñado para :

- **LÍDERES Y GERENTES DE CX QUE NECESITAN CONSTRUIR UN CASO FINANCIERO PARA SUS INICIATIVAS.**
- **PROFESIONALES DE MARKETING QUE BUSCAN CUANTIFICAR EL ROI DE LAS INVERSIONES EN CX.**
- **PROPIETARIOS DE PRODUCTOS QUE BUSCAN PRIORIZAR CARACTERÍSTICAS Y MEJORAS BASADAS EN SU VALOR.**
- **LÍDERES EMPRESARIALES QUE DESEAN COMPRENDER MEJOR LOS IMPULSORES ECONÓMICOS DE CX.**

- Cómo la experiencia del cliente impulsa el desempeño financiero.
- Métodos probados para cuantificar el valor económico de CX.
- Mejores prácticas para desarrollar modelos de ROI creíbles para CX.
- Técnicas para identificar y priorizar iniciativas de CX basadas en su impacto económico.
- Estrategias para alinear a las partes interesadas en torno al valor financiero de CX.
- Un plan de acción para implementar CX Economics & ROI en su organización.



¿Qué aprenderé?

Módulos del programa

01

- ¿Por qué CX Economics & ROI? El imperativo estratégico.
- Fundamentos de CX Economics: Vincular CX con el desempeño financiero.
- Las 3 palancas de valor de CX: Adquisición, Retención y Eficiencia.
- Ejercicio práctico: Mapeo de puntos con impacto económico.

02

- Los 4 impulsores de ingresos de CX: Gasto, Frecuencia, Precio y Cartera.
- Modelos de ROI para iniciativas de CX que aumentan los ingresos.
- Caso de estudio 1: Cómo un banco aumentó las ventas en un 40% rediseñando la experiencia digital.
- Ejercicio práctico: Desarrollo de un modelo de ROI para una iniciativa de ingresos de CX.

03

- El impacto de una mala gestión de CX en los costos operativos.
- Identificación de oportunidades de reducción de costos impulsada por CX.
- Modelos de ROI para iniciativas de eficiencia y reducción de costos de CX.
- Ejercicio práctico: Uso de análisis de contacto del cliente para identificar oportunidades de eficiencia.

04

- Los 4 pilares de una capacidad de CX Economics: Datos, Análisis, Finanzas y Narración.
- Caso de estudio 2: Cómo una empresa estableció una práctica de CX Economics de clase mundial.
- Hoja de ruta para la implementación de CX Economics & ROI en su organización.
- Desarrollo de un plan de acción de 90 días.

cxlataminstitute.com

¿Qué significa ser participante del programa CX Economics & ROI?

Al culminar nuestro programa podrás estar en la capacidad de:

Dominar los fundamentos de CX Economics y su importancia estratégica.

Vincular las métricas de CX con resultados financieros.

Identificar iniciativas de CX que impulsen ingresos y reduzcan costos.

Desarrollar modelos de ROI para diversas iniciativas de CX.

Crear argumentos financieros convincentes para tus acciones o iniciativas de CX.

Establecer una capacidad y cultura organizacional de CX Economics.





Daniel Cedeño

EXPOSITOR 

Experimentado gerente de proyectos de estrategia de cliente con 16 años de experiencia en la gestión de equipos interdepartamentales en un alcance regional. Cuenta con un historial comprobado en la gestión exitosa de más de 50 proyectos para generar mayores ingresos por conversión, disminuir costos de servicio y reducir bajas de clientes, todo en un enfoque práctico y basado en el análisis de datos.

Tiene amplia experiencia sectorial en Banca, Medios de Pago, Tarjetas de Crédito, Telecomunicaciones, Seguros, Pensiones y Fondos de Retiro, Retail y Gobierno. Le apasiona la estrategia de negocios, la innovación, la experiencia de cliente (CX), el marketing digital, el growth hacking, la cultura centrada en el cliente y el diseño de servicios.

Actualmente es Senior Manager – Business Hacking en Globant Chile y docente de nuestras certificaciones ADCX (Advanced Customer Experience) y EXCS (Employee Experience & Culture).



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 momento 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 valore el cliente y permitan obtener mejores resultados.

Modalidad: 100% online con clases en vivo

34 horas en vivo online



3% COMPLETADO 1/26 Steps

Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

- 1. Modelo integral CX360. Mapa de empatía
 - Tema 1: Evolución del Customer Service al Customer Experience
 - Tema 2: Experiencias WOW
 - Tema 3: Modelo CX360. Diseño, gestión y medición de la experiencia del cliente
 - Tema 4: Mapa de empatía. Conocimiento del cliente
 - Evaluación del Módulo 1
- 2. La competencia y colaboradores. Introducción CX Tools
- 3. Customer Journey Map. Metodología y casos de aplicación
- 4. Blueprint. Metodología y casos de aplicación
- 5. Innovación y rediseño de experiencia. Modelo CX rediseñado

1. Modelo integral CX360. Mapa de empatía

COMPLETADO

Lección | Materiales

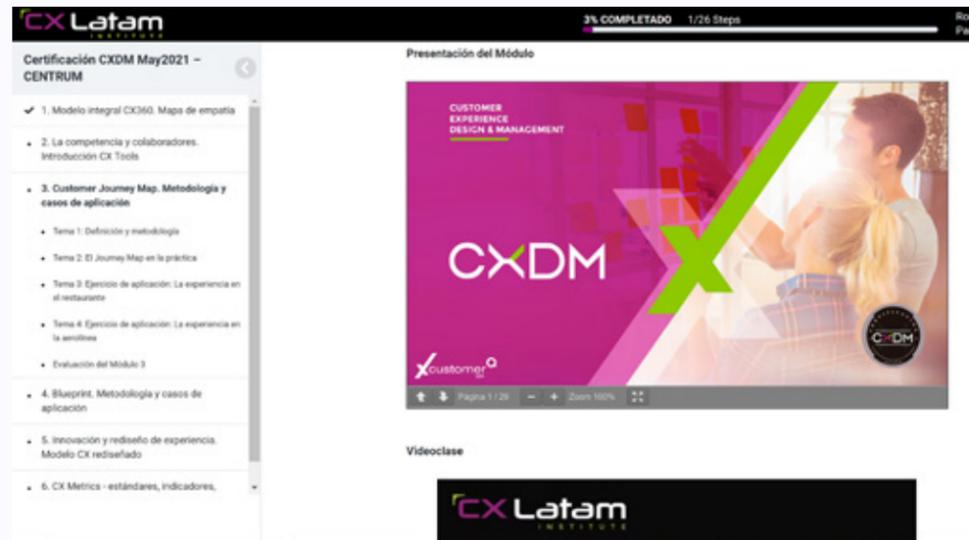
Introducción

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,



3% COMPLETADO 1/26 Steps

Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

- 1. Modelo integral CX360. Mapa de empatía
- 2. La competencia y colaboradores. Introducción CX Tools
- 3. Customer Journey Map. Metodología y casos de aplicación
 - Tema 1: Definición y metodología
 - Tema 2: El Journey Map en la práctica
 - Tema 3: Ejercicio de aplicación: La experiencia en el restaurante
 - Tema 4: Ejercicio de aplicación: La experiencia en la aerolínea
 - Evaluación del Módulo 3
- 4. Blueprint. Metodología y casos de aplicación
- 5. Innovación y rediseño de experiencia. Modelo CX rediseñado
- 6. CX Metrics - estándares, indicadores,

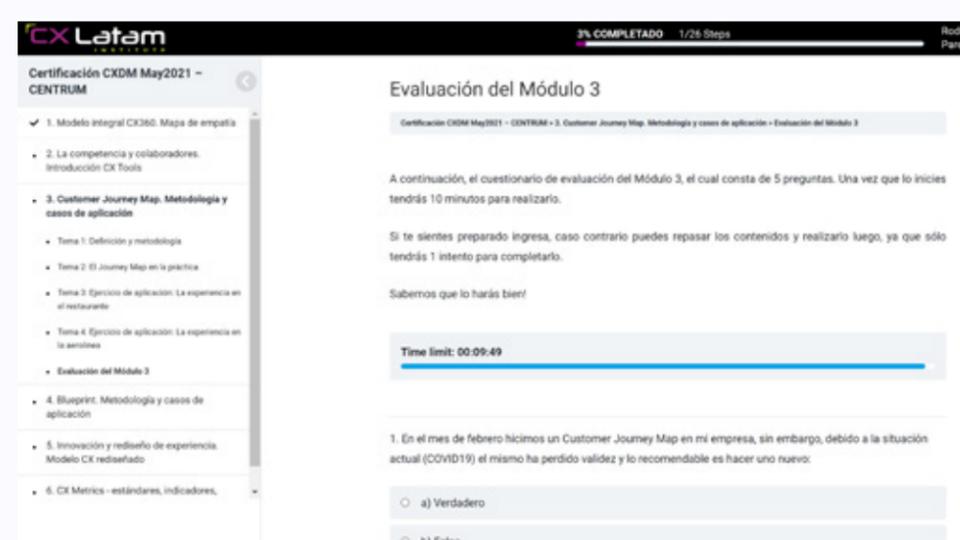
Presentación del Módulo

CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN & MANAGEMENT

CXDM

Videoclase

CX Latam



3% COMPLETADO 1/26 Steps

Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

- 1. Modelo integral CX360. Mapa de empatía
- 2. La competencia y colaboradores. Introducción CX Tools
- 3. Customer Journey Map. Metodología y casos de aplicación
 - Tema 1: Definición y metodología
 - Tema 2: El Journey Map en la práctica
 - Tema 3: Ejercicio de aplicación: La experiencia en el restaurante
 - Tema 4: Ejercicio de aplicación: La experiencia en la aerolínea
 - Evaluación del Módulo 3
- 4. Blueprint. Metodología y casos de aplicación
- 5. Innovación y rediseño de experiencia. Modelo CX rediseñado
- 6. CX Metrics - estándares, indicadores,

Evaluación del Módulo 3

COMPLETADO

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.



Este certificado se otorga a:

Quien ha completado con éxito los requisitos para ser reconocido como

CX Economics & ROI Certified

Utilizando el Modelo CX Economics de

CX Latam Group®

Duración: 12 horas
Fecha: Septiembre 2024
Modalidad: Virtual en vivo

Rodrigo Fernández de Paredes A.
CEO CX Latam Group

**Certificado
de culminación**

economics & ROI



CX Latam
Institute

cxlataminstitute.com

Recuerda, por llevar este programa obtendrás:

KIT CX ECONOMICS TOOLS:

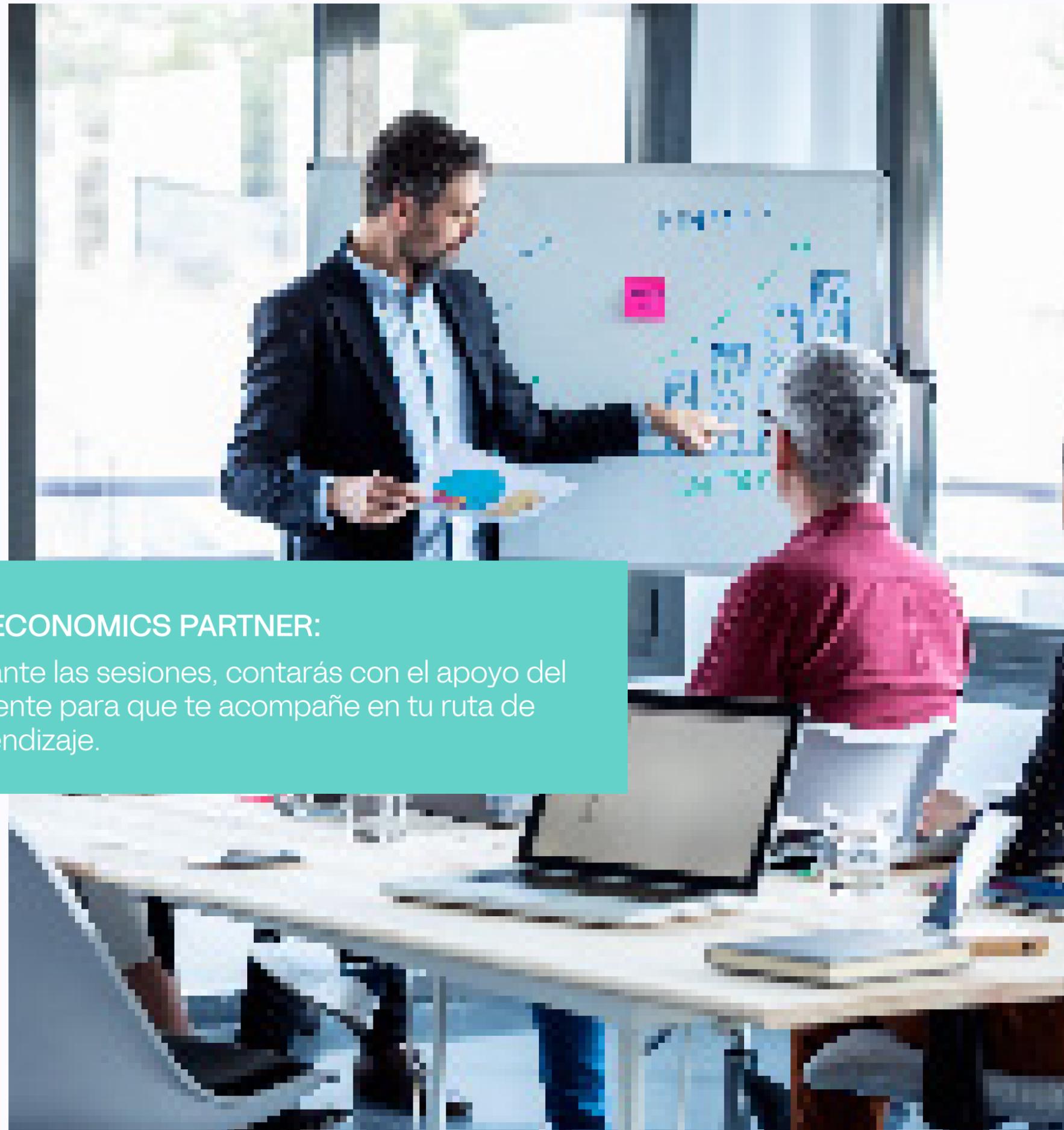
Guía PDF con contenidos claves. Calculadoras y archivos Excel de soporte a los cálculos.

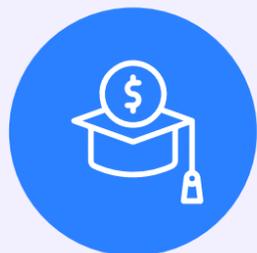
CX ECONOMICS PARTNER:

Durante las sesiones, contarás con el apoyo del docente para que te acompañe en tu ruta de aprendizaje.

MATERIAL ADICIONAL CX ECONOMICS:

Pack de documentos con material especial sobre Customer Experience y la economía del CX que complementa el aprendizaje.





Doble Certificación

Diploma del Programa Internacional en Advanced Customer Experience Certification expedido por CX Latam Institute y Florida Global University*, ambos en formato digital.



Modelo de CX basado en el libro Construyendo Xperiencias

Nuestro CX Framework, de autoría de nuestro CEO Rodrigo FDP plasma las principales herramientas, técnicas y disciplinas que te permitirán fidelizar a tus clientes y generar rentabilidad para tu organización.



Networking internacional

Tendrás la oportunidad de compartir y aprender con profesionales de distintos sectores, los cuales están conformados por: 40% de mandos altos, 30% de mandos medios, 20% de ejecutivos y 10% de consultores.



Docentes especialistas líderes en la región

Contamos con una rigurosa selección de los más reconocidos especialistas en cada una de las disciplinas que conforman el programa, con experiencia a nivel formativo y como líderes en grandes empresas de la región.



Metodología disruptiva y práctica

Clases 100% prácticas, disruptivas, entretenidas, y co-diseñadas por nuestro equipo de expertos, quienes aportarán mucho valor a tu desarrollo profesional.

cxlataminstitute.com

Por qué formarte con CX Latam Institute

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@cxlataam.com

