

Certificación Internacional ONLINE

CLIENTOLOGÍA CX360

Metodología para transformar
e interiorizar la Cultura de Servicio

www.cxlataminstitute.com

LEARN IN
USA



OPCIÓN A SEGUNDA
CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL



CX Latam
Institute

Transforma tu Organización diferenciarte de la competencia

El programa de Clientología CX360 te permitirá transformar e interiorizar la Cultura de Servicio en tu empresa, a través de una metodología y herramientas con resultados comprobados en empresas de talla mundial como Disney, The Ritz-Carlton, entre otras.

Es una metodología que desarrolla las competencias blandas como herramienta transversal y definitivamente poderosa para generar un plan de servicio al cliente más asertivo denominado: Clientología CX360, el cual es el complemento perfecto para la estrategia y herramientas de Customer Experience de la compañía.

¿Qué es lo fascinante de Clientología CX360?

Que se basa en indagar más que proponer. Es escuchar y pensar como el cliente, desde una posición perceptiva diferente a la que poseemos. Y a partir de allí, contextualizar los productos, servicios y su estrategia de mercado.

La metodología de esta certificación permite entrar en el centro de la resistencia al cambio y, comprender cuál es el camino a seguir para realizar una verdadera transformación, la cual va mucho más allá de implementar herramientas o modelos de manera aislada.

Esta certificación es para:

→ DIRECTORES, GERENTES Y JEFES CON PERSONAL A CARGO, DE DIFERENTES ÁREAS, QUE QUIEREN APRENDER UNA METODOLOGÍA SÓLIDA DE TRANSFORMACIÓN DE EQUIPOS ORIENTADOS AL CLIENTE



→ EMPRENDEDORES, DUEÑOS DE EMPRESAS QUE VEN EN EL SERVICIO EL CAMINO PARA LA DIFERENCIACIÓN



→ QUIEN HAYA LLEVADO NUESTRAS OTRAS CERTIFICACIONES Y QUIERA LOGRAR MÁS ASERTIVIDAD PARA DIFUNDIR LA CULTURA CX



→ GERENTES DEL ÁREA DE EXPERIENCIA AL CLIENTE QUE CONOCEN LAS HERRAMIENTAS DE DISEÑO Y MODELO CX Y QUIEREN INICIAR EL CAMINO DE LA TRANSFORMACIÓN CULTURAL



→ EJECUTIVOS DE VENTAS O SERVICIO AL CLIENTE



→ ELEVAR TU NIVEL DE CONEXIÓN INTRAPERSONAL CON RESPECTO AL SERVICIO QUE PRESTAS AL MUNDO



¿Qué aprenderás?



- Comprender el eje transversal de la cultura de servicio, su impacto y complemento de las herramientas de diseño de experiencia.
- Transformar tus equipos a equipos orientados al cliente.



- Analizar la emocionalidad del cliente durante la prestación del servicio.
- Desarrollar competencias comunicacionales de alto nivel para el servicio.



- Auto conocerte y llevar el ritmo de la personalidad de los clientes internos y externos.
- Conectar con tu propósito de servir y contrastarlo con el propósito de servir de la empresa.

Nunca más

- ▶ Perderás la sintonía con un equipo de servicio
- ▶ Te alejarás del propósito de servir de la empresa
- ▶ Seguirás pensando que el cliente siempre tiene la razón, sino que hay que satisfacerlo con verdaderas estrategias
- ▶ Dudarás de tus capacidades como un gestor de experiencias del cliente
- ▶ Dejarás que el cliente te intimide con su personalidad, sino que le llevarás el ritmo
- ▶ Sentirás el vacío que da cuando recibes mediciones nada alentadoras: desde ahora será el momento de tomar acción cuando eso suceda, pasar la página y simplemente hacer las cosas diferente.

¿Qué significa ser participante del programa Clientología CX360?

Inicias un proceso de transformación interna para lograr en tu organización, diferencias con respecto a la competencia y así, aumentar las ventas y mejorar la rentabilidad de tu negocio.



EXPOSITOR

Raúl “El Coach” Camacho

- ▶ Es un ciudadano del mundo. SPEAKER, FACILITADOR Y COACH EN DIFERENTES PAÍSES, HA CAPACITADO MILES DE PERSONAS.
- ▶ Autor del Libro Yo Servidor. Por aquello de ser “turismólogo” creó su primera empresa en Venezuela llamada Mundo Brújula a los 19 años, la cual recibió en el 2019 el BIZZ AWARDS otorgado por World Federation of business .
- ▶ Hoy vive en Colombia y es cofundador de Living Trips, considerada una de las 500 empresas en la región cafetera.
- ▶ Como speaker y coach internacional es conocido por contar sus experiencias y pulir el diamante a otros emprendedores en países como Bolivia, México, Panamá, Colombia, Perú , Estados Unidos y Venezuela, Su lema es “Hoy aquí , mañana en cualquier parte del mundo”
- ▶ Es experto en apertura de mercados turísticos mundiales, destacando su labor de posicionamiento del Destino República Checa en el mercado peruano - colombiano, así como el acompañamiento de posicionamiento del Destino “Colombia” para el emergente mercado chino.

Módulos del programa

01 Sentando las bases de la cultura del servicio y la Clientología CX 360 (3 hrs)

- Principios y bases del servicio
- Tipos de personalidad de cliente interno y externo
- Filosofía del servicio organizacional y holístico
- Proceso de desarrollo intrapersonal
- Competencias del líder en la gestión del servicio

02 Cómo, conectando con tu propósito creas un propósito de servir para la empresa (3 hrs)

- Conectando con tu propósito
- Comprensión del cliente interno y externo
- Perspectiva de momentos de verdad ejecutivo-servidor

03 La comunicación: herramientas y técnicas para el fortalecimiento del compromiso en los colaboradores (3 hrs)

- Comprensión de los conceptos de comunicación asertiva
- Comunicación verbal y no verbal
- Modelo de la escucha activa
- El arte de hacer preguntas

04 Estrategia emocional para clientes internos y externos (3 hrs)

- Como conectar con nuestras emociones
- Autoevaluación de desempeño del servicio
- Análisis de business cases sobre emociones
- Ejercicios de coaching grupal
- Proceso de innovación en el servicio
- Estrategia efecto WOW en el puesto de trabajo
- Fortaleciendo el compromiso parte 2

05 Liderazgo de equipos para el empoderamiento con las CX Tools (4 hrs)

- Customer Journey Map en la práctica
- Análisis de la competencia
- Canvas y Lean Canvas

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, competencias 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 drivers diferenciadores, en relación al cliente, su mercado objetivo.

Modalidad: 100% online con clases en vivo



Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

3% COMPLETADO 1/26 Steps

- 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
- 6. CX Métricas - estándares, indicadores.

1. Modelo integral CX360. Mapa de empatía

COMPLETADO

Lección | Materiales

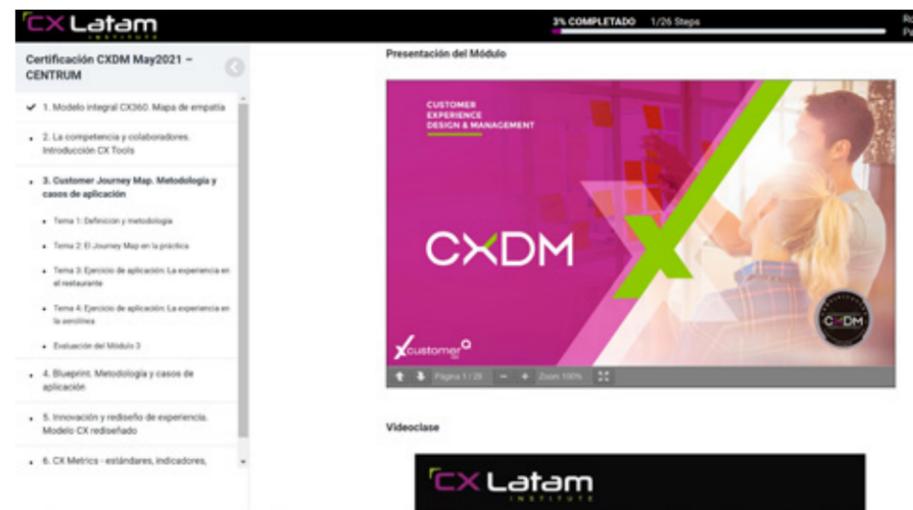
Introducción

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

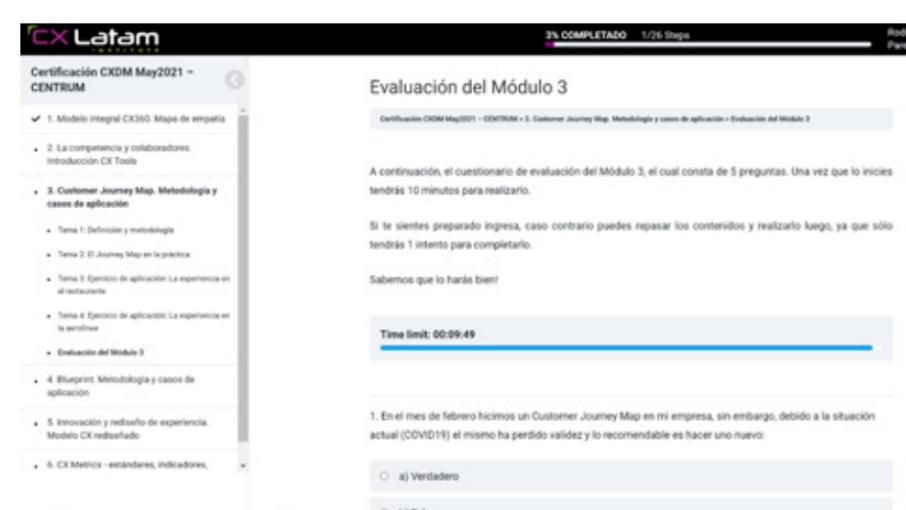
- 1. Modelo Integral CX360. Mapa de empatía
- 2. La competencia y colaboradores. Introducción CX Tools
- 3. Customer Journey Map. Metodología y casos de aplicación
 - Tema 1: Definición y metodología
 - Tema 2: El Journey Map en la práctica
 - Tema 3: Ejercicio de aplicación: La experiencia en el restaurante
 - 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 Métricas - estándares, indicadores.

Presentación del Módulo

CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN & MANAGEMENT

CXDM

Videoclase



Certificación CXDM May2021 – CENTRUM

3% COMPLETADO 1/26 Steps

- 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 Métricas - estándares, indicadores.

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 revisar 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

Plataforma Educativa

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



Clientología **CX360**

Este certificado se otorga a:

Quien ha completado con éxito los requisitos para ser reconocido como

CX360 Certified

Utilizando el Modelo CX360 de

Xcustomer Group®

Duración: XX horas + trabajo final
Fecha: Abril 2022
Modalidad: online en vivo

Rodrigo Fernández de Paredes A.
CEO Xcustomer Group LLC

Diploma Certificación
CLIENTOLOGÍA
CX360

Recuerda, por llevar este programa obtendrás



KIT CX360 Tools

KIT de herramientas con las plantillas y guías de materiales aprendidos durante el programa



Material adicional CX360

Pack de documentos con material especial de tests y herramientas de mentoría para aplicar al equipo de trabajo para el desarrollo de una cultura de servicio en las empresas



CX360 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 a la medida de tu empresa

LEARN IN
USA



OPCIÓN A SEGUNDA
CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL



Contacto

Ventas individuales y corporativas
Sheyla Manzanedo
Móvil y Whatsapp (51) 950095428
smanzanedo@cxlataam.com

EX Latam
Institute

www.cxlataminstitute.com