



Universidad
de Concepción

PKF

Accountants &
business advisers

CURSO GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE



Clases virtuales
en **VIVO**



PRESENTACIÓN


Todas las empresas y marcas, consciente o inconscientemente, proporcionan experiencias a sus clientes a través de la entrega de productos, servicios y de las múltiples interacciones con ellos, dependiendo de las propias empresas si el resultado de esas experiencias resultan exitosas o negativas.

El concepto de experiencia del cliente se utiliza desde algunos años, relacionándose a veces a interacciones y experiencias digitales, servicio al cliente, o a la calidad y rapidez con que las empresas resuelven problemas presentados al call center. Sin embargo, el concepto no es claramente conocido ni es correctamente utilizado en la mayoría de las organizaciones.

Por ello, el Programa Centro de Estudios Empresariales de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Concepción de Chile, en conjunto con PKF Chile Finanzas Corporativas y PKF Costa Rica han desarrollado este Curso-Taller internacional, que tiene por objetivo mostrar la construcción de ventajas competitivas a través de la adecuada Gestión de la Experiencia de Cliente.

Víctor Alarcón Rossel

Director Programas Centro de Estudios Empresariales
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Universidad de Concepción, Chile



LA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN

Fundada en 1919 en la ciudad de Concepción, fue emplazada en el primer gran Campus Universitario de Latinoamérica, con el objeto de dar oportunidades a jóvenes de la zona Centro - Sur de Chile.

Hoy la Universidad de Concepción cuenta con 20 facultades que imparten formación de pre y postgrado, y tiene más de 27.000 alumnos.

El QS Latin American University, en su ranking de 2022 la sitúa en la tercera posición dentro de las universidades chilenas y en el lugar número 11 a nivel latinoamericano.

Su fuerte posicionamiento y reconocimiento nacional e internacional a su calidad reúne a investigadores de todo el mundo, atraídos por su espíritu transformador, compromiso con su comunidad y sus 103 años de historia.



RAZONES PARA GESTIONAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

La falta de diferenciación ha provocado que industrias enteras deriven hacia productos genéricos o básicos (commodities), como consecuencia se está incrementando peligrosamente la sensibilidad al precio al momento de contratar un servicio o comprar un producto. Por el contrario, ofrecer experiencias de valor al cliente es un tipo de diferenciación sostenible que incrementa la lealtad de los clientes y mejora la posición competitiva de la empresa.

Algunos de los beneficios observados de las estrategias de Gestión en Experiencia de Cliente se traducen en:

- Reducción entre un 10% y 15% de la tasa de cancelación de clientes (Churn rate).
- Aumento entre un 20% y 40% la tasa de conversión de un cliente potencial a cliente real.
- Incremento de la facturación al considerar que el 65% del éxito del cross-selling y up-selling proviene de la buena gestión en la experiencia del cliente.
- Disminución de los costos de adquisición de nuevos clientes hasta en un 50%.






DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Gestión de la Experiencia de Cliente es un curso en modalidad virtual para capacitar sobre Experiencia de Cliente como ventaja competitiva en las organizaciones. El curso tiene una duración de 30 horas de clases, desarrolladas en 10 sesiones de clase de 3 horas cada una. La modalidad es de seminario-taller, donde los participantes desarrollarán un proyecto en el que podrán aplicar lo aprendido a un caso real, en el que puedan diseñar o rediseñar la Experiencia de Cliente en un entorno empresarial a través del conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente meta de su organización.

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO FINAL

El Trabajo Final es un medio que le permite al participante relacionar los conceptos teóricos adquiridos, con la realidad de su organización o de alguna otra empresa en la cual desee realizar el proyecto. Es un trabajo que sirve como complemento en el proceso enseñanza-aprendizaje para alcanzar los objetivos que se persiguen con el curso. El proyecto final se puede realizar en equipos de máximo 3 personas o incluso de manera individual.

Componentes de Trabajo Final: Durante el Trabajo Final se pondrán en práctica conceptos como: Buyer Persona, Mapa de Empatía, Customer Journey Map, creación de ideas y prototipos de experiencias. Con esta práctica, la organización en estudio habrá cumplido con un primer ciclo en el Modelo del Ciclo de Experiencia del Cliente desarrollado por PKF, llevándola a un nivel mayor de madurez y centralidad en el cliente.



CONTENIDOS

Módulo I: Introducción a la Economía de la Experiencia (2 sesiones)

- El nuevo cliente post pandemia y sus retos
- Características de las empresas centradas en el cliente
- Diferencia entre Servicio al Cliente y Experiencia de Cliente
- Experiencia de Cliente como Modelo de Negocio y Ventaja Competitiva

Módulo II: Herramientas para gestionar el servicio y la experiencia de Cliente

(2 sesiones)

- NPS (Net Promoter Score): Indicador de Lealtad
- VOC (Voice of Customer): Escuchando la voz del cliente
- Buyer Persona: Identificando el Arquetipo de Cliente

Módulo III: Diseño de experiencias (2 sesiones)

- Las emociones y la Experiencia de Cliente
- Customer Journey Map: Mapa del Viaje del Cliente

Módulo IV: Innovación en la Experiencia de Cliente (4 sesiones)

- Introducción al Design Thinking
- Etapa de Observación e Ideación
- Prototipado de experiencias
- Elaboración de Proyecto Final

CUERPO ACADÉMICO



ALEJANDRA LÓPEZ R.

Máster en Administración de Empresas del INCAE Business School
Especialización en Marketing de Servicios de ADEN Business School
Certificada como Entrenadora y Líder en Servicio, Service Quality Institute
Herramientas Lean para Empresas de Servicios, PXS School of Excellence
Design Thinking : Experiencias centradas en el usuario, INCAE Business School
Consultora en Estrategia de Servicio y Experiencia de Cliente, Inteligencia de Mercado
y Formación de Equipo de trabajo. Asesora de una importante cartera de clientes en
varias industrias.

Profesora y Coordinadora de diversas Cátedras de Mercadeo en la Escuela de
Administración de Negocios de la Universidad de Costa Rica.

FECHAS

Inicio 16 Mayo 2023

Término 15 de Junio 2023

HORARIOS

Martes 18:45 a 22:00 Hrs. (Hora de Chile)

Jueves 18:45 a 22:00 Hrs. (Hora de Chile)

ARANCEL

Alumnos dentro de Chile \$ 450.000

Alumnos fuera de Chile USD 500

- 10% Descuento Matrícula Temprana (*matrículas realizadas hasta el día 15 de Marzo*)

DESCUENTOS

- 10% clientes red PKF
- 10% Ex alumno Pregrado y Magíster Universidad de Concepción.
- 10% Funcionarios pertenecientes a organismos públicos
- 5% Ex alumnos diplomados y cursos Centro de Estudios Empresariales UdeC.
- 3% Pago al Contado (único descuento acumulable)
- 15% Beca Mujer

INFORMACIONES E INSCRIPCIONES

COSTA RICA

Paula Solano C.

+506 2253 3060

psolano@pkf.co.cr

CHILE

+569 5701 4479

contacto@ceeudec.cl