



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

TEMARIO: Customer Experience: la importancia de gestionar la experiencia de nuestros clientes para ganar su lealtad

La presentación de los temas a continuación está delineada en un formato de curso de 5 jornadas, donde los ejes de la misma se basarán en los siguientes puntos:

- **Introducción**
 - Customer Experience: ¿Qué es y por qué estamos hablando de experiencias?
 - Satisfacción = Realidad – Expectativas
 - Camino a la Experiencia: Experiencia aleatoria, Experiencia predecible y Experiencia de marca.

- **Construyendo la Lealtad**
 - Definición de los valores: Contexto de servicio, ¿Qué prometemos?, Design Personas.
 - Diseño de la Experiencia: Customer Journey, Momentos de Verdad, Puntos de Dolor, Gestión de Quejas y Reclamos.
 - Preparar a los equipos: Capacitar, Brindar Herramientas, Empoderar.
 - Sustentar y mejorar la performance: indicadores de satisfacción, indicadores de performance, análisis de gap´s y feedback.

- **Construyendo la “Omni-Lealtad”**
 - El Consumidor hoy: Omnishopper + Buyer Consume
 - Experiencia Omnicanal: Customer Journey
 - Touchpoints (Foco en Digitales)
 - Procesos (cada etapa de compra - MOTs)
 - Planificar (KPIs Mkt Digital + eCommerce)
 - Implementar (mejora continua)
 - Flywheel Process: Buyer Centric Model – Proceso continuo.

CRONOGRAMA DE CLASES

Clase 1	Introducción: Customer Experience, S=R-E, camino a la experiencia
Clase 2	Construyendo la lealtad: Definición de los valores + Diseño de la experiencia
Clase 3	Construyendo la lealtad: Prepara a los equipos - Employee Experience
Clase 4	Construyendo la Lealtad: Sustentar y mejorar la performance
Clase 5	Construyendo la "Omni-Lealtad"