

DIPLOMADO EN EXPERIENCIA DE CLIENTES

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

UANDES *online*



Universidad de
los Andes

> IR POR MÁS



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES

La Universidad de los Andes fue fundada en 1989, en Santiago de Chile, por un grupo de académicos y profesionales que quisieron dar inicio a un nuevo proyecto educativo, basado en el cultivo de un saber superior, la educación integral de los alumnos, la difusión del conocimiento a la sociedad y la vocación de permanencia en el tiempo. Está acreditada por 5 años, forma parte del CRUCH (Consejo de Rectores de Universidades Chilenas) desde 2019. En 2018 la UANDES se convirtió en la primera universidad chilena en implementar el prestigioso sistema de gestión de aprendizaje CANVAS.

La Universidad cuenta con 22 Facultades y Escuelas, 27 carreras de pregrado, más de 8.000 alumnos de pregrado, más de 2.700 estudiantes de postgrado, más de 1.600 académicos y tiene más de 400 programas de Educación Continua.

Además de un proyecto institucional sólido que abarca el propósito de la Universidad: Formación Académica, Investigación, Innovación, Extensión y Vinculación con el Medio.



CUERPO DOCENTE DE EXCELENCIA

DESARROLLAMOS CONTENIDO CON
LOS MEJORES ACADÉMICOS



Rosario Montt Rodríguez / Directora del Programa

Cada uno de los académicos de la Universidad de los Andes es especialista en sus temáticas, con amplia experiencia en el mundo empresarial y académico. Formados en las mejores universidades de Chile y el mundo, con una visión global, diversa y completa del mundo de los negocios.

El 75% de los profesores cuenta con grado académico superior (Doctorados, Magísteres y especialidades médicas y odontológicas).

Los contenidos desarrollados están actualizados e incluyen casos con ejemplos reales conocidos a nivel nacional e internacional, que permiten crear y desarrollar criterios de negocios.





Ante un escenario de convergencia competitiva, la correcta planificación, diseño, gestión y medición de la experiencia de los clientes en los servicios es un tema fundamental para la proyección en el largo plazo de las organizaciones. En la medida que se establezcan los lineamientos y planes de acuerdo a las expectativas de nuestros clientes, conociéndolos en profundidad y comprendiendo su comportamiento, seremos capaces de crear servicios acordes a la realidad, velando por el bien común y por el éxito de la organización.

El Diplomado en Experiencia de Clientes recorre las diferentes temáticas relevantes para la correcta gestión de la experiencia: estrategia, cultura, diseño, implementación, medición, canales de interacción, transformación digital e innovación y data analytics de la experiencia del cliente componen la malla del programa, que permitirá al alumno contar con herramientas teóricas y prácticas para el correcto desempeño del área de experiencia de la organización. Además, permite a personas que están comenzando a desarrollar el área de experiencia y/o buscando introducir sus elementos en la gestión organizacional, adquirir conocimientos robustos para la operación.

RAZONES PARA ESTUDIAR ESTE DIPLOMADO



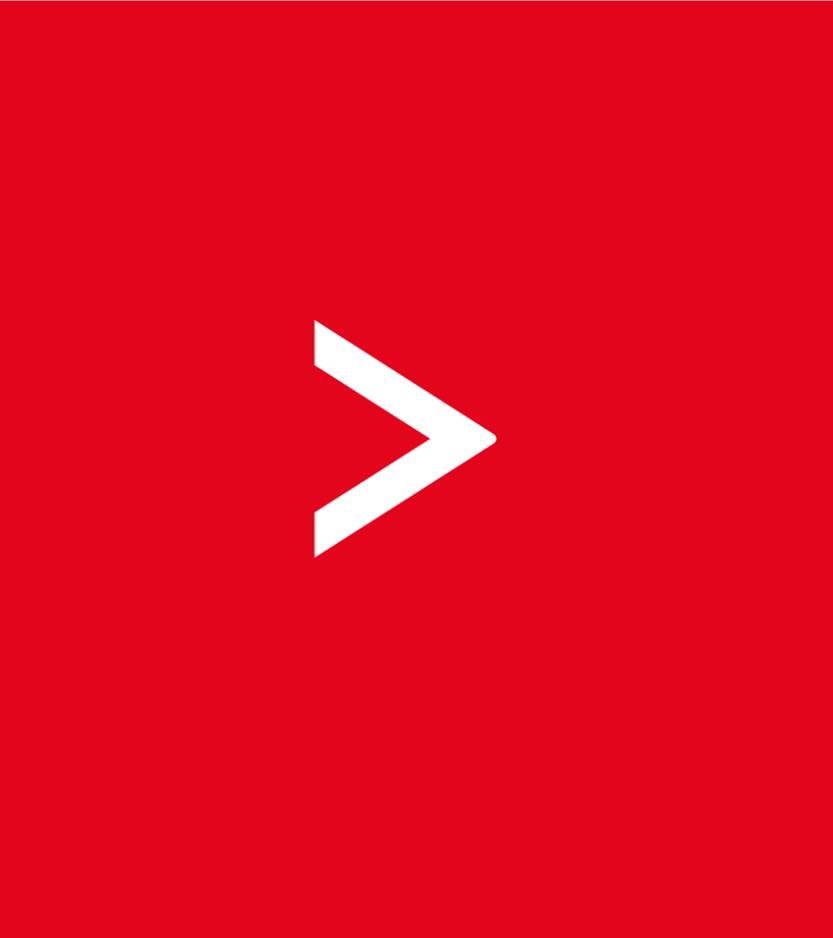
El Diplomado en Experiencia de clientes tiene como objetivo entregar herramientas que permitan gestionar adecuadamente la experiencia de servicio que viven los clientes, comenzando por una correcta identificación de sus necesidades, que constituirán la base para diseñar la experiencia. Asimismo, se otorgan elementos para construir indicadores que permitan medir la experiencia del servicio que vive el cliente, mejorarla y así lograr su fidelización. Igualmente, se busca mostrar las tendencias en innovación y adopción de tecnologías que mejoran la experiencia del cliente.

DIRIGIDO A



Profesionales a cargo del diseño, gestión y/o medición de la satisfacción y experiencia del cliente al interior de la organización, así como las personas a cargo de la gestión de la experiencia interna de los colaboradores.

**ESTUDIA A TU RITMO
DESDE CUALQUIER LUGAR**



**ESTE DIPLOMADO ESTÁ COMPUESTO POR
OCHO MÓDULOS EN CANVAS**

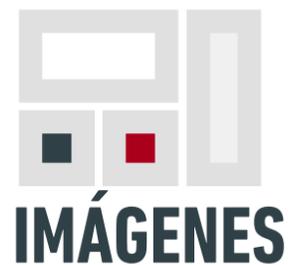


CADA MÓDULO SE COMPONE

3 SEMANAS DE CONTENIDO
ONLINE ASINCRÓNICOS + **1** **SESIÓN** EN VIVO - ONLINE
(MODALIDAD SINCRÓNICA)

Con nuestra metodología online podrás estudiar a tu ritmo y desde cualquier lugar. Este diplomado está compuesto por cuatro cursos y cada curso consta de dos módulos completando ocho módulos en total. Cada módulo consta de 3 semanas de contenido en plataforma CANVAS. Al finalizar cada módulo, se realizará una clase en vivo - online los días lunes de 18:00 a 20:15 horas y se certificará -mediante evaluación calificada- el aprendizaje en el módulo.

¿Qué significa ASINCRÓNICO? Significa que los módulos de contenido están disponibles en la plataforma CANVAS las 24 horas del día y 7 días a la semana para que cada alumno estudie según su disponibilidad de tiempo. Allí encontrarán distintos recursos de aprendizaje como infografías, foros de discusión, textos, videos, material descargable y más.



- Contenido disponible las 24 horas, los 7 días de la semana y desde cualquier dispositivo.
- La Universidad de los Andes fue la primera universidad en Chile en tener este sistema de aprendizaje.
- Contamos con foros de discusión con tutores, profesores y compañeros.
- Evaluaciones y actividades en línea en la plataforma de acuerdo a los contenidos.

DIPLOMADO EN EXPERIENCIA DE CLIENTES

MALLA DE CONTENIDOS Y PROGRAMACIÓN ACADÉMICA

01

ESTRATEGIA Y CULTURA DE EXPERIENCIA

01 DE JUNIO, 2022

- MÓDULO I. ESTRATEGIA DE EXPERIENCIA
- MÓDULO II. CULTURA DE LA EXPERIENCIA EN LA ORGANIZACIÓN

02

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE EXPERIENCIA DE CLIENTES

20 DE JULIO, 2022

- MÓDULO III. DISEÑO DE EXPERIENCIAS DE SERVICIO
- MÓDULO IV. IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE EXPERIENCIA.

03

GESTIÓN INTEGRADA DE CANALES Y MEDICIÓN DE EXPERIENCIA

07 DE SEPTIEMBRE, 2022

- MÓDULO V. CANALES E INTERACCIÓN EN LA EXPERIENCIA DE CLIENTES
- MÓDULO VI. MEDICIÓN EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTES.

04

TRANSFORMACIÓN DIGITAL, INNOVACIÓN Y USO DE ANALYTICS PARA LA EXPERIENCIA

26 DE OCTUBRE, 2022

- MÓDULO VII. TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN EN EXPERIENCIA DE CLIENTES
- MÓDULO VIII. DATA Y GROWTH ANALYTICS PARA EL CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

05

TRABAJO FINAL

12 DE DICIEMBRE, 2022

ESTRATEGIA Y CULTURA DE EXPERIENCIA

01



Módulo I. Estrategia de experiencia

Resultados de Aprendizaje:

1. Aplicar elementos preliminares de Experiencia de clientes en la propia organización.
2. Comprender el contexto actual de la Experiencia de clientes en las organizaciones.
3. Establecer la importancia de la estrategia de experiencia de clientes como eje central en la gestión organizacional.

Temas:

- La experiencia de clientes en las organizaciones.
- La estrategia de experiencia.
- Atributos como fuente de diferenciación en la estrategia de experiencia.



Módulo II. Cultura de la experiencia en la organización

Resultados de Aprendizaje:

1. Explicar el rol de la cultura en la creación y transmisión de experiencias únicas, como elemento fundamental para tangibilizar la estrategia de experiencia.
2. Identificar metodologías y herramientas para poder inculcar una cultura orientada al servicio, de manera de obtener resultados sostenibles en el tiempo.

Temas:

- La experiencia del colaborador.
- Tangibilización de la estrategia de experiencia a través de los colaboradores.
- Liderazgo de equipos en la gestión de experiencia.

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE EXPERIENCIAS DE CLIENTES

02



Módulo III. Diseño de experiencias de Servicio

Resultados de Aprendizaje:

1. Aplicar los elementos claves del diseño de experiencias de servicios.
2. Evaluar las herramientas que se utilizan en cada etapa del proceso de diseño de servicios.

Temas:

- Metodología Service Design Thinking.
- Fase de Empatía e Ideación del Design Thinking.
- Fase de Ideación, Prototipado y Evaluación del Design Thinking.



Módulo IV. Implementación de la estrategia de experiencia.

Resultados de Aprendizaje:

1. Contextualizar la implementación de la estrategia en la propia realidad organizacional, para el cumplimiento de objetivos.
2. Utilizar herramientas para una implementación exitosa de experiencias de servicio.

Temas:

- Accionabilidad de las herramientas de Diseño de Servicio.
- Re-diseño de interacciones y procesos en la experiencia del cliente.
- Desafíos en la gestión de la experiencia de servicios.

GESTIÓN INTEGRADA DE CANALES Y MEDICIÓN DE EXPERIENCIA.

03



Módulo V. Canales e interacción en la experiencia de clientes

Resultados de Aprendizaje:

1. Comprender la importancia de la estrategia omnicanal en la materialización de servicios.
2. Aplicar herramientas que apoyan la omnicanalidad.

Temas:

- Las nuevas necesidades de los clientes, componentes y roles de los canales.
- Diseño e implementación de estrategia de canales.
- Experiencia digital



Módulo VI. Medición en la gestión de la experiencia de clientes.

Resultados de Aprendizaje:

1. Desarrollar un marco de medición ajustado a las métricas existentes que integran los objetivos del negocio, las necesidades y expectativas de los clientes y los colaboradores para gestionar un modelo integrado de experiencia.
2. Conocer métricas para la gestión de experiencia ajustado a la propia realidad y futuro deseado.
3. Reconocer la importancia de un correcto sistema de recuperación del servicio para la mejora continua y fidelización de clientes y colaboradores.

Temas:

- Economía de la satisfacción: cómo se relacionan los resultados de negocio y la experiencia de cliente.
- Programas Voz del Cliente y Voz del Colaborador.
- La gestión del dolor en la experiencia de servicios.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL, INNOVACIÓN Y USO DE ANALYTICS PARA LA EXPERIENCIA

04



Módulo VII. Transformación digital e Innovación en experiencia de clientes.

Resultados de Aprendizaje:

1. Seleccionar las herramientas digitales apropiadas para los casos de usos más relevantes en la industria de servicios.
2. Evaluar las diferentes iniciativas mediante la metodología de caso de negocio.
3. Elaborar un plan de transformación digital acorde a las necesidades de la organización.

Temas:

- La transformación digital y la experiencia de clientes.
- Metodología para trabajar un proyecto de transformación digital.
- Ecosistema de innovación.



Módulo VIII. Data y Growth Analytics para el conocimiento del cliente

Resultados de Aprendizaje:

1. Conocer la importancia de gestionar la experiencia del cliente en torno a sus reales necesidades.
2. Adquirir herramientas concretas para el levantamiento de necesidades de los clientes a través de la data.
3. Examinar el ciclo de vida del cliente para descubrir los puntos de inflexión a mejorar dentro de la estrategia digital para tener un crecimiento sostenido.

Temas:

- Ciclo de data analytics de clientes: Captura de información.
- Ciclo de data analytics de clientes: Comunicación y Acción.
- Growth marketing.

PROCESO DE POSTULACIÓN

1. CUMPLIR REQUISITOS

- Copia de cédula de identidad o pasaporte.
- CV con experiencia laboral.
- Certificado de Licenciatura o Título profesional legalizado o experiencia laboral relevante en el ámbito de los servicios.
- Documento de Postulación Diplomado en Experiencia de Clientes.
- **Extranjeros:** En caso de ser aceptados al programa deberán presentar su Certificado de Título profesional visado por el Consulado de Chile en el país de origen y por el Ministerio de Relaciones Exteriores en Chile, además de su visa de estudiante al día.

2. COMPLETAR FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

Adjuntando los documentos requeridos

3. REVISIÓN DE ANTECEDENTES

4. BIENVENIDA DE EQUIPO UANDES

5. CONTAR CON UN DISPOSITIVO Y CONEXIÓN A INTERNET PARA ACCEDER A TUS CURSOS



INFORMACIÓN GENERAL



FECHA DE INICIO

01 de junio, 2022



ARANCEL

Matrícula 3 UF
Arancel 67 UF



MEDIOS DE PAGO

WEBPAY



DURACIÓN

38 semanas



HORAS DE ESTUDIO

270 horas
Totales



HORARIO

Contenido disponible
24/7 en CANVAS

** Todos los cursos están certificados académicamente por la Universidad de los Andes e impartidos por UABlended. El orden de los cursos puede cambiar sin previo aviso. **La Universidad se reserva el derecho de no dictar el programa si no llega al número mínimo de alumnos.*



Universidad de
los Andes

ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN
DE SERVICIOS

UANDES
online

INFORMACIÓN DE CONTACTO:



(+569) 73857985



@uandes_online



contacto@uandesonline.cl



/UANDESonline



UNIVERSIDAD ACREDITADA 5 AÑOS

Hasta diciembre de 2022.
Gestión Institucional, Docencia de Pregrado,
Investigación, Vinculación con el Medio y Docencia
de Postgrado.

uandesonline.cl