Universidad de los Andes | POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

DIPLOMADO EN

EXPERIENCIA DE CLIENTES

ADMISIÓN 2024

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS

Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
ACREDITADA EN TODAS LAS ÁREAS
NIVEL DE EXCELENCIA | 6 AÑOS

Gestión Institucional, Docencia de Pregrado, Investigación, Vinculación con el Medio y Docencia de Postgrado.
Hasta diciembre de 2028.

Universidad de los Andes | POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

DESCRIPCIÓN

El correcto diseño, gestión y medición de la experiencia de los clientes es fundamental para el éxito de las organizaciones en un entorno de convergencia competitiva. El Diplomado en Experiencia de Clientes aborda temas como estrategia, cultura, diseño, implementación, medición, canales de interacción, transformación digital, innovación y data analytics. Este programa proporciona herramientas teóricas y prácticas para mejorar el desempeño del área de experiencia de la organización, y es útil tanto para aquellos que comienzan a desarrollar el área de experiencia como para aquellos que buscan introducir elementos de experiencia en la gestión organizacional.

OBJETIVOS

El Diplomado en Experiencia de Clientes tiene como objetivo entregar un modelo coherente que integra los aspectos estratégicos relevantes que componen una sólida gestión de la experiencia del cliente, proporcionando herramientas prácticas para su puesta en marcha. Temas como estrategia de experiencia, cultura y personas, diseño, implementación, gestión de canales, medición, en un contexto de transformación y data analytics son algunas de las temáticas que se recorren para que el modelamiento de la experiencia sea consistente y sostenible en el tiempo.

PERFIL DE EGRESO

El egresado del Diplomado será capaz de identificar los elementos para desarrollar una cultura de experiencia que sostenga el espíritu de servicio que se requiere, para impactar positivamente en lo que viven los clientes. Además, conoce las herramientas para gestionar adecuadamente la experiencia de servicio que viven los clientes, comenzando con aquellas que le permiten determinar correctamente sus necesidades y que constituirán la base para que diseñe su experiencia, así como su implementación y posterior medición. Comprende la importancia de contar con una estrategia de experiencia que consolida la base del desarrollo de ésta, de manera de alinear a la organización con una visión de cliente céntrico.

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.

Universidad de los Andes | POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

¿POR QUÉ ELEGIR ESTE PROGRAMA?

- Más de 5 años de trayectoria del programa al enfoque de la experiencia de los clientes.
- Recorre el ciclo del cliente completo, desde la detección de necesidades y medición hasta la fidelización.
- Docentes expertos en la materia y especializados en el rubro, con un desarrollo metodológico de excelencia a nivel académico y laboral.
- Brinda instancias de Networking para generar red de contactos, conocer otras experiencias y enriquecer el aprendizaje.
- Charlas de invitados expertos en Experiencia de Clientes, que te aportarán en el conocimiento y enriquecimiento del aprendizaje.

HORAS ACADÉMICAS

240 horas, aproximadamente 7 meses de duración del programa.

MODALIDAD

Online + Clase en vivo online al finalizar cada módulo (una vez al mes): miércoles de 18:00 a 20:15 horas.

PLAN DE ESTUDIOS

DIPLOMADO EN EXPERIENCIA DE CLIENTE

MÓDULO
Diseño de experiencia de servicios

MÓDULO
Implementación de la estrategia de experiencia

MÓDULO
Canales e interacción en experiencia de clientes

MÓDULO
Medición en la gestión de la experiencia de clientes

MÓDULO
Transformación digital e Innovación en experiencia de clientes

MÓDULO
Data y Growth Analytics para el conocimiento del cliente

MÓDULO
Estrategia de experiencia

MÓDULO
Cultura de la experiencia en la organización

El Diplomado consta de ocho cursos. Cada curso contiene:

- 3 semanas de contenido en la plataforma CANVAS|UANDES.
- Un encuentro vía Zoom en vivo para resolver dudas y compartir experiencias que será grabado para quienes no puedan asistir.
- Una evaluación calificada sobre la materia vista en el curso, que se puede realizar de forma grupal o individualmente.

PLAN DE ESTUDIOS

1 Transformación Digital e Innovación en Experiencia de Clientes.

Profs. Patricio Anguita y Anil Sadarangani

¿Cómo, mediante la tecnología y la innovación, podemos mejorar la experiencia de usuario? ¿Qué herramientas digitales son las apropiadas para cada caso?

La asignatura busca introducir a los alumnos temas actuales de la transformación digital y su interrelación con la experiencia de servicios entregada por las organizaciones. Además, entrega conocimiento acerca de la importancia de la innovación en la integración de tecnologías disruptivas para el crecimiento organización.

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

2 Data y Growth Analytics para el Conocimiento del Cliente.

Profs. Kristoffer Fyfe, Pedro Comparini y Tomás Capponi

¿Sabes cómo puede impactar el Data Analytics en la gestión de la experiencia de clientes?

Descubre toda la información que puedes conocer de tus clientes y utilízala como input para la gestión de la experiencia de servicios.

La asignatura introduce conceptos fundamentales y herramientas necesarias para el real conocimiento del cliente a través de la data como input para la gestión de la experiencia de servicios. Ciclo de data Analytics de clientes: Captura de información.

- Ciclo de data analytics de clientes: captura de información.
- Ciclo de data analytics de clientes: comunicación y acción.
- Growth marketing.

PLAN DE ESTUDIOS

3 Estrategia de Experiencia.

Prof. Diana Carvajal

La experiencia de clientes es un eje central en la gestión organizacional, y con ello, definir la estrategia de la experiencia se vuelve sumamente relevante para generar los fundamentos sobre la que se construye.

¿Cuántos de nosotros hemos escuchado acerca de "Experiencia de Clientes"?, pero, ¿sabemos realmente cómo elaborar una estrategia y una propuesta de valor que tenga atributos de la experiencia como fuente de diferenciación? Lo anterior es lo que se plantea en esta asignatura.

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

4 Cultura de la Experiencia en la Organización.

Prof. Claudia San Martín

Los colaboradores son los encargados de tangibilizar la estrategia de experiencia de cara a los clientes y a los otros colaboradores de la organización. Por lo tanto, es indispensable que sean capaces de transmitir y crear estas experiencias en su día a día, de manera que se plasme la estrategia. En este curso veremos cómo trabajar la experiencia del colaborador como espejo de satisfacción para los clientes, la importancia de su involucramiento y el liderazgo de equipos en la gestión de la experiencia.

- La cultura organizacional y su relevancia en la generación de experiencias.
- Tangibilización de la estrategia de experiencia a través de los colaboradores.
- Liderazgo de equipos en la gestión de experiencia.

PLAN DE ESTUDIOS

5 Diseño de Experiencia de Servicio.

Prof. Felipe Wilson

La asignatura busca entregar conceptos y herramientas concretas para diseñar la experiencia de servicios en torno a las necesidades del cliente, junto con desarrollar en el alumno un pensamiento de diseño basado en el usuario, constituyéndose como una instancia práctica y de aplicación que conduzca hacia el diseño de una experiencia de servicio valorada por el cliente.

- Metodología Service Design Thinking.
- Fase de empatía, definición e ideación del Design Thinking.
- Fase de prototipado y evaluación del Design Thinking.

6 Implementación de la Estrategia de Experiencia.

Prof. Matías Cristi

La asignatura plantea el cómo poner en marcha la estrategia de experiencia desarrollada en la organización, de modo de cumplir con los objetivos de crecimiento y fidelización establecidos para la continuidad en el largo plazo.

- Diagnóstico de madurez de experiencia de clientes.
- Planificación de una estrategia de implementación.
- Seguimiento y evaluación de impacto en el negocio.

PLAN DE ESTUDIOS

7 Canales e Interacción en la Experiencia de Clientes.

Prof. Damián Campos

Las organizaciones están trabajando para alinear sus canales y entregar una mejor experiencia a sus clientes. La lógica opera hacia una gestión omnicanal, donde los canales dejan de agregar valor de manera independiente y logran integrarse para comprender correctamente lo vivido por los clientes. La asignatura busca describir la importancia de trabajar una estrategia de canales para unificar la experiencia de servicio, y explica herramientas prácticas utilizadas para lograr este objetivo.

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

8 *Medición en la Gestión de la Experiencia de Clientes.*

Prof. Diana Carvajal

La asignatura plantea la importancia de la medición de la experiencia del servicio, para tangibilizar con resultados concretos la gestión realizada con los clientes y colaboradores; entrega tendencias, metodologías y herramientas prácticas para lograr este objetivo y explica la relevancia de desarrollar un sistema integrado de medición que permita no solo el fortalecimiento y/o la recuperación del servicio, sino que además el impacto en los resultados del negocio o la maximización de su fidelidad hacia lo productos y servicios.

- Economía de la satisfacción: cómo se relacionan los resultados de negocio y la experiencia de cliente.
- Indicadores de experiencia y su relación con los indicadores asociados a la estrategia, los procesos y el negocio.
- La gestión del dolor en la experiencia de servicios.

DOCENTES

Rosario Montt
Directora del Programa | Master en Dirección y Desarrollo de Servicios
Más información

Patricio Anguita
Magíster en Ingeniería de Negocios con TI
Más información

Damián Campos
Magíster en Dirección de Empresas
Más información

Tomás Capponi
Innovation Management

Más información

Diana Carvajal
Magíster en Gestión de la Calidad y Normalización Técnica
Más información

Pedro Comparini
Administración y Gestión de Empresas

Más información

Matías Cristi
Diplomado en Experiencia de Servicios
Más información

Kristoffer Fyle
Ingeniero Civil Industrial

Más información

Anil Sadarangani
MBA

Más información

Claudia San Martín
MBA

Más información

Felipe Wilson
Master of Management Hospitality
Más información

EXPERIENCIA DE NUESTROS EGRESADOS

Caroline Monypenny
CX & Strategy Maneger en Hugga

"Ingresé al Diplomado buscando herramientas de gestión de la Experiencia de Clientes y encontré mucho más que eso, además de elementos de medición también nuevas tendencias respecto de cómo se está evolucionando la experiencia de clientes en el mundo.
Lo integré también en la empresa, logrando alinear a toda la compañía bajo una estrategia con un propósito común. Los invito a que este diplomado lo tomen como su próximo paso a la lealtad de sus clientes"

Universidad de los Andes | POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Documentos:

- Título profesional y/o experiencia laboral afín. *(Aceptación queda sujeta a evaluación de la pertinencia del programa para el alumno)*
- Currículum Vitae.
- Cédula de Identidad (por ambos lados) o Pasaporte en caso de ser extranjeros.

*En caso de no contar con el número mínimo de alumnos para impartir el programa, establecido en cada caso por la unidad académica que lo imparte, la Universidad se reserva el derecho a no dictarlo, lo que el Alumno declara entender y aceptar, debiendo la Universidad comunicar esta decisión por escrito a los participantes matriculados con al menos cinco días hábiles de anticipación. En este caso se le devolverá al Alumno la totalidad del pago que haya efectuado por concepto de matrícula y/o arancel.

CONTÁCTANOS

CATHERINE TRONCOSO

(+569) 7296 0603 | (+569) 7296 0603 | ext_ctroncoso@uandes.cl

postgradosuandes.cl