



Diplomado en Experiencia de Servicios

Escuela de Administración de Servicios

Universidad de los Andes

TEMA I: DIAGNÓSTICO DEL ESCENARIO DE SERVICIO Y APROXIMACIÓN AL CLIENTE.

MÓDULO 1: ANALIZANDO EL CONTEXTO Y DINÁMICA DEL ENTORNO DE LOS SERVICIOS.

Objetivos:

- Entender y profundizar sobre los servicios y la experiencia de clientes, su evolución e importancia para las organizaciones y las sociedades.

Contenidos:

- Introducción al sistema de servicio y su relevancia en la era de los clientes.
- La experiencia de clientes en las organizaciones.
- Los apalancadores del empoderamiento de los clientes y la perspectiva futura.
- Estado de la experiencia de clientes en Chile y a nivel mundial.
- La importancia de la estrategia de experiencia de clientes.

MÓDULO 2: CONOCIENDO LAS NECESIDADES DEL CLIENTE PARA EL DISEÑO DE EXPERIENCIAS.

Objetivos:

- Conocer las herramientas para levantar las necesidades reales de los clientes.
- Entender la relación de los clientes con los empleados y la organización.
- Comprender la brecha entre las expectativas y las percepciones de los clientes.

Contenidos:

- Desafíos en servicios vs. productos. Modificación del proceso de compra.
- Atributos, Expectativas y percepción de Clientes.
- Modelo de la Zona de Tolerancia.
- Modelo de Brechas.
- Herramientas para el levantamiento de necesidades.
- Descubriendo los Insights del Consumidor, ¿por qué es importante y cómo las usamos?
- Técnicas proyectivas.



TEMA II: CONSTRUCCIÓN DE EXPERIENCIAS DE SERVICIO.

MÓDULO 3: DISEÑANDO LA EXPERIENCIA DE SERVICIOS ÚNICA.

Objetivos:

- Conocer y utilizar herramientas para el diseño de la experiencia de los servicios.

Contenidos:

- La importancia de las emociones en la construcción de experiencias.
- Neuromarketing y su aplicación en las organizaciones.
- Diseño de servicios: Introducción a la metodología Design Thinking.
- Herramientas de Diseño: Customer Journey Map y Service Blueprint.
- Profundización a la metodología Design Thinking.
- Herramientas de Prototipado.
- Testeo de Servicios.

MÓDULO 4: CULTURA DE LA EXPERIENCIA EN LA ORGANIZACIÓN.

Objetivos:

- Valorar el rol de la cultura en la creación y transmisión de experiencias únicas.
- Identificar metodologías y herramientas para poder inculcar una cultura orientada al servicio.

Contenidos:

- Gestión de la cultura de la empresa en todos los niveles organizacionales.
- Los colaboradores como principal fuente de experiencia en la entrega y medición.
- Alineación entre áreas - Endomarketing & políticas de desarrollo interno.
- En la búsqueda de la superación de expectativas.
- Políticas de gestión de talentos.
- Gestión de la confianza.
- Liderazgo y gestión de equipos en la gestión de la experiencia.
- Medición de la experiencia de los empleados.

MÓDULO 5: EL MUNDO DE LOS SERVICIOS EN LA ERA DIGITAL Y LA INNOVACIÓN.

Objetivos:

- Comprender las tendencias digitales en el diseño de experiencias.
- Conocer herramientas de digitalización como entes apalancadores de vivencias memorables.



Contenidos:

- Ecosistema digital.
- Nuevos paradigmas: sociedad 2.0 y la revolución tecnológica en el mundo de los negocios.
- Mundo digital: nuevas aplicaciones dentro de los procesos de servicio.
- Horizontalidad y bidireccionalidad: comportamiento on-line de las nuevas generaciones y sus expectativas.
- Estrategia digital.
- Cómo sostener el valor de marca en la era digital.
- Gestión de la innovación: rompiendo barreras.
- Potenciación de equipos de trabajo para la innovación.
- Tendencias en servicio: cómo identificarlas e incorporarlas.

TEMA III: MATERIALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTES

MÓDULO 6: ESTRATEGIA OMNICANAL Y SOCIAL MEDIA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

Objetivos:

- Valorar la estrategia omnicanal en la materialización de servicios.
- Conocer herramientas que apoyan la omnicanalidad.

Contenidos:

- Las experiencias del cliente en la multicanalidad: el desafío de integrar la información del viaje del cliente.
- Transmisión de experiencias uniformes ante la multicanalidad: la Omnicanalidad.
- Cómo construir una estrategia omnicanal exitosa.
- Mirando hacia el futuro, nuevas tendencias en la experiencia del cliente.
- Estrategias de Móvil Marketing.
- Conceptos de gestión de clientes, investigación, CRM, fidelización y su impacto en las organizaciones.
- Herramientas y métricas de CRM.
- Procesos de implementación de soluciones CRM y fidelización.
- El entorno Social Media.
- La estrategia Social Media.
- Creación de un Social Media Plan.
- Uso de Redes Móviles: Situación actual y futuro del dispositivo Móvil.



MÓDULO 7: LA MEJORA CONTINUA EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTES.

Objetivos:

- Comprender las métricas existentes para medir la experiencia.
- Desarrollar las propias métricas para la gestión de experiencia.
- Reconocer la importancia de un correcto sistema de recuperación del servicio para la mejora continua y fidelización de clientes.

Contenidos:

- El arte de la medición de la satisfacción, la calidad y la experiencia.
- La elección de los indicadores: identificación para mi organización. Dashboards y tableros de medición.
- Economía de la satisfacción: cómo se relacionan los resultados de la organización con los índices de satisfacción.
- La mejora continua en la economía de servicios.
- La recuperación del servicio como factor clave de la fidelización.
- La gestión del dolor en la experiencia de servicios.

MÓDULO 8: IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE EXPERIENCIA DE CLIENTES EN LA ORGANIZACIÓN.

Objetivos:

- Contextualizar la implementación de la estrategia en la propia realidad.
- Utilizar herramientas para una implementación exitosa de experiencias de servicio.

Contenidos:

- Aterrizando la experiencia diseñada en la organización.
- Involucramiento y capacitación de los empleados en la vivencia y transmisión de la experiencia.
- Alineamiento en la organización y rol de los líderes durante la implementación.
- Comunicación efectiva de las experiencias front y back office.
- Herramientas que apalancan la implementación de experiencias de servicios.
- Los desafíos de la alta rotación del personal y los esfuerzos internos de transmisión de experiencias.

TEMA IV. Proyecto Final

Proyecto grupal de un caso real, tutorado por profesores de la Escuela de Administración de Servicios.

EVALUACIONES:

Cada Módulo será evaluado ya sea a través de una prueba, un trabajo y/o un taller de aplicación.