

Transformando la Experiencia del Cliente (20h)

Objetivos

1. Conocer el perfil del cliente en la nueva era digital.
2. Diseñar un plan de experiencia de cliente.
3. Conocer nuevas herramientas digitales para poder atraer clientes.
4. Analizar el proceso de información y decisión en la captación del cliente.
5. Analizar el proceso de compra y entrega en la captación del cliente.
6. Poder fidelizar al cliente a través del proceso de postventa.
7. Conocer el entorno legal en el manejo de datos del cliente.

Duración: 20 horas online

Contenidos

UNIDAD	CONTENIDOS
Unidad 1. El cliente en la nueva era digital	1. El cliente en la nueva era digital • Clientes siempre conectados: accesibilidad constante y expectativas de respuesta rápida • Clientes bien informados: poder del social-media y expectativas de personalización • Clientes empoderados: economía compartida y cambio de expectativas 2. Claves para conectar con el cliente de la era digital • Personalización • Omnicanalidad • Transparencia • Escucha activa
Unidad 2. Experiencia de cliente y de producto	1. Experiencia de cliente y de producto • La Intersección de las Experiencias de Producto y Cliente 2. CX y estrategia de negocio: diferenciación competitiva y retención 3. ¿Cómo lo hacemos? ¿Por dónde empezamos? • ACTO I- Identidad y propuesta de valor única e integral • ACTO II- Segmentación y canales en modo feedback

	4. Importancia del feedback en la experiencia de cliente 5. Buyer Persona + Customer Journey Map: la personalización de la experiencia de cliente
Unidad 3. Proceso de generación de tráfico	1. Atrayendo al cliente: el proceso de generación de tráfico 2. Cómo enfocar la generación de tráfico: el diseño del Buyer Persona 3. La generación de tráfico 4. Tendencias de Marketing para la generación de tráfico 5. Fuentes de tráfico web / app
Unidad 4. Captando al cliente I	1. Introducción 2. Proceso de información y decisión digital vs tradicional 3. Estrategia de generación de contenidos 4. Diseño de la fase de información y decisión 5. Importancia de los procesos de conversión 6. Herramientas de personalización 7. Analítica Digital para la toma de decisiones inteligentes
Unidad 5. Captando al cliente II	1. La evolución del proceso de compra y entrega 2. Organización y plataformas de eCommerce 3. Logística y entrega 4. Evolución de los sistemas de pago
Unidad 6. Proceso de postventa	1. Fidelizando al cliente 2. El proceso de postventa 3. Canales de atención postventa y digitalización 4. Satisfacción del cliente y análisis del "Customer Journey Map"
Unidad 7. Entorno legal: propiedad y privacidad	1. Introducción 2. Entorno Legal: Propiedad y Privacidad 3. Tratamiento de los Datos • El consentimiento válido • Finalidad y limitación del tratamiento • Aviso de privacidad 4. Protección y Seguridad de la Información • Base Legal para el Tratamiento de Datos • Política de privacidad • Seguridad de los Datos • Notificación de Brechas de Seguridad • Delegado de Protección de Datos (DPD)