

DIPLOMADO EN CUSTOMER
EXPERIENCE (CX) Y
CUSTOMER JOURNEY
AULA VIRTUAL
(96 horas)

Objetivo:

- Diseña estrategias centradas en el cliente (CX, EX) para reducir el índice de clientes insatisfechos, incrementar la lealtad, minimizar el abandono de los empleados y generar la recompra de tu producto o servicio.

Dirigido a:

- Empresarios, emprendedores, directores y gerentes de áreas de CX, servicio, atención a clientes, planeación estratégica, ventas, dirección de recursos humanos y de talento. Orientado a personal con nivel de licenciatura en administración, mercadotecnia, calidad, negocios internacionales o áreas afines, con más de 1 año de experiencia en sectores como servicios, financiero, *retail*, salud y consumo masivo.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - **Diploma Digital UVM** con **validez curricular y tecnología Blockchain** con código QR y de verificación.
 - **Constancia DC-3** por la STPS.
 - **Insignia digital** de tu programa para compartir en tus redes sociales.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 65 años** de **experiencia académica**, más de **150 programas educativos** y más de **180 programas de excelencia** a nivel nacional.

Adquieres **conocimientos** y **habilidades esenciales** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

Los **Diplomados y Certificaciones UVM** enriquecen tu **CV** y te posicionan como **el mejor candidato**.

Al estudiar el programa podrás:

Estrategia *customer-centric*: Alinear de manera integral las estrategias de experiencia de clientes y empleados con la visión de la organización.



Customer journey mapping: Mapear interacciones, identificar *pain points* y diseñar diagramas service blueprint.



Métricas y *analytics* de CX: Implementar indicadores de lealtad como NPS, CSAT, CES y uso de *customer analytics*.



Inteligencia Artificial aplicada: Integrar estratégicamente y éticamente la IA generativa y automatización para la personalización de experiencias a escala.



Lean CX y optimización de procesos: Transformar flujos de trabajo, eliminar desperdicios y asegurar una experiencia omnicanal consistente.



MÓDULOS

01 *Customer centric strategy*

1. Introducción
2. Definiendo conceptos UX, CX, EX, CX Research
3. *Marketing* de experiencias y emociones
4. ¿Quién es mi cliente?
5. De las 4 P's a las 4Cs, a las 4E's de *marketing*
6. Valor de vida del cliente
7. Razones contra emociones en las experiencias
8. *Dreammarketing*
9. La lealtad del cliente
 - a. Promesa de servicio
 - b. Operación del negocio
 - c. Momentos de la verdad
10. El CX Research y sus beneficios en la experiencia de cliente
 - a. ¿Qué es el CX Research?
 - b. Objetivos de CX Research
 - c. Técnicas más usadas para el CX Research

02 Cultura, valores y liderazgo para una organización *customer-centric*

1. Cultura *customer centric*
 - a. ¿Qué es una organización centrada en el cliente?
 - b. Cultura como ventaja competitiva
2. Valores que generan experiencias
 - a. Empatía
 - b. Confianza
 - c. Responsabilidad
 - d. Servicio
 - e. Innovación
3. *Employee experience*
 - a. La experiencia del colaborador como origen del CX
 - b. *Journey* del empleado
4. Liderazgo para CX
 - a. Liderazgo de servicio
 - b. *Coaching* para líderes
 - c. *Accountability*
5. Diseño de comportamientos
 - a. Valores observables
 - b. Conductas clave
 - c. Ritualización cultural
6. Medición cultural
 - a. Cultura y CX
 - b. KPIs culturales
 - c. Indicadores de experiencia
7. Proyecto final
8. Diseño del modelo cultural *customer-centric* para una organización

03 *Customer success & loyalty*

1. Competencias humanas en la CX
 - a. Liderazgo
 - b. Conexión y presencia
 - c. Gestión emocional
 - d. Resolución y agilidad con enfoque al valor
2. Interacción de las competencias con la estrategia de CX
 - a. Alineación de competencias con estrategias de CX
3. Comunicación como competencia de alto nivel en la CX
 - a. La comunicación *face to face* en la interacción con los clientes
 - b. Comunicación por escrito
 - c. La asertividad en la comunicación
 - d. Comunicación no violenta
4. Fidelización de clientes y marca personal
 - a. Atención a las necesidades cambiantes de los clientes
 - b. Estrategias de fidelización
 - c. Transformando clientes difíciles en clientes leales
 - d. Atención a las quejas de los clientes
5. *Employee experience* (Ex)
 - a. El líder como un diseñador de experiencias para el cliente y para el equipo
 - b. *Onboarding* y sentido de pertenencia
 - c. Cultura de *feedback* y desarrollo continuo
 - d. Desarrollo integral y prevención del *burnout*
 - e. Arqueología del dolor
 - f. Fusión del Ex en la CX

04 Análisis y optimización de procesos para *customer experience*

1. *Customer journey mapping*
 - a. Mapeo de experiencia
 - b. Momentos de verdad
 - c. *Pain points*
2. *Service blueprint*
 - a. *Frontstage*
 - b. *Backstage*
 - c. Procesos ocultos
3. Lean CX
 - a. Eliminación de desperdicios
 - b. Reducción de tiempos
 - c. Simplificación de procesos
4. *Process mining*
 - a. Descubrimiento de procesos
 - b. Cuellos de botella
 - c. Automatización
5. Omnicanalidad
 - a. Integración de canales
 - b. Experiencia consistente
6. Métricas operativas de CX
 - a. NPS
 - b. CSAT
 - c. CES
 - d. Tiempo de respuesta
 - e. *First contact resolution*

05 IA Aplicada al *customer experience*

1. Fundamentos de IA para CX
 - a. IA generativa, *machine learning* y automatización en el contexto de CX
 - b. Estado actual de la IA en empresas latinoamericanas: mitos y realidades
 - c. Criterios para evaluar herramientas de IA
 - d. Marco ético del uso de IA en experiencia del cliente
2. Herramientas y *prompts* efectivos
 - a. Exploración comparativa de herramientas de IA para CX
 - b. Metodología PARTS para *prompts* efectivos
3. *Customer intelligence* con IA
 - a. Del dato al *insight*: inteligencia del cliente aumentada con IA
 - b. Segmentación avanzada y análisis de sentimiento
 - c. Predicción de comportamiento: propensión, *churn* y recompra
 - d. Construcción de *buyer* personas con IA
4. Diseño y personalización de experiencias
 - a. Personalización a escala con IA
 - b. Flujos de comunicación personalizados y automatizaciones conversacionales
 - c. IA generativa para contenido CX: *copy*, imágenes y respuestas
 - d. Casos de uso por industria
5. El *customer journey* aumentado con IA
 - a. Visión sistémica del *journey* de inicio a fin
 - b. IA en descubrimiento, evaluación, postventa y fidelización
6. Medición, *roadmap* y proyecto integrador
 - a. *Dashboards*, alertas tempranas y reporting ejecutivo con IA
 - b. *Roadmap* de adopción: priorización, *quick wins* y gestión del cambio
 - c. Proyecto integrador: presentación ejecutiva del CX+IA *roadmap*

06 *Customer experience transformation lab*: del *insight* a la transformación

1. Proyecto integrador de consultoría
 - a. Diagnóstico
 - b. Hallazgos
 - c. Recomendaciones
 - d. Indicadores de éxito
 - e. *Roadmap* de implementación
 - f. Presentación ejecutiva final
 - g. *Pitch* de consultoría
 - h. Retroalimentación de expertos
 - i. Plan de seguimiento

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Asesoría y acompañamiento. Cuentas con un facilitador por módulo para guiarte durante tu curso.

Aplica lo que aprendas de forma inmediata.

Nota: Si no asistes a las sesiones en vivo con el profesor en las fechas y horarios establecidos, tendrás 30 días naturales para ver completa la grabación de la clase en Teams® y realizar la actividad asignada para que acredites el módulo.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx