



DIPLOMADO EN CULTURA
DE SERVICIO Y EXPERIENCIA
AL CLIENTE
AULA VIRTUAL
(96 horas)

Objetivo:

- Desarrolla y aplica las competencias necesarias para diseñar, implementar y gestionar una cultura de servicio y experiencia al cliente centrada en las personas, orientada a la creación de conexiones emocionales y a la fidelización de los clientes.

Dirigido a:

- Dueños de negocio, socios, directores generales, directores de área, gerentes, líderes de equipo, responsables de recursos humanos y emprendedores de empresas de cualquier giro y tamaño, como comercio, servicios, hospitalidad, *retail*, salud, educación, industria y gobierno.

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:

Cultura de servicio estratégica: Tener la capacidad para diseñar y estructurar la cultura y propósito organizacional centrados en el ser humano.



Employee journey mapping: Obtener las herramientas para diseñar planes de inmersión, capacitación y cuidado de los colaboradores.



Diseño de experiencias omnicanal: Gestionar y mapear el *customer journey* unificando los entornos físicos y digitales de contacto.



Medición y *dashboards*: Implementar y leer ecosistemas de métricas para traducir datos de servicio en decisiones de negocio.



Calidad excepcional en acción: Poner en marcha estándares y políticas de experiencias orientadas a la conexión emocional y fidelización.



MÓDULOS

01 Cultura de servicio con propósito

1. La cultura organizacional y su impacto en la experiencia del cliente
2. Concepto de cultura de servicio
3. Propósito común y sentido del servicio
4. Cultura visible vs. cultura real en las organizaciones
5. El rol del liderazgo en la construcción de una cultura de servicio
6. Conexión entre cultura, personas y experiencia del cliente
7. Casos de referencia en cultura organizacional
8. Diseño de un propósito y cultura de servicio aplicado al negocio

02 Cultura organizacional y compromiso con los empleados

1. El compromiso como resultado de una cultura intencional
2. Cultura por diseño: construir lo que quieres vivir
3. Selección intencional: la persona correcta en el lugar correcto
4. Capacitación cultural: cada entrenamiento es una oportunidad de inmersión
5. Comunicación por diseño: tan intencional hacia adentro como hacia afuera
6. El cuidado genuino como estrategia, no como beneficio
7. El reconocimiento como combustible inagotable
8. Del diagnóstico a la acción: el *employee journey map*

03 Liderazgo para la experiencia del servicio

1. El liderazgo intencional: la diferencia entre gestionar y liderar experiencias
2. Los valores del líder como arquitectura del servicio
3. Visión de servicio: construir el futuro que el equipo puede creer
4. El líder como guardián del propósito común y valores organizacionales
5. Comunicación intencional: tan cuidadosa hacia adentro como hacia el cliente
6. Presencia en primera línea: el líder que observa, detecta y actúa
7. *Empowerment*: liberar el potencial del equipo para servir mejor
8. El legado del líder de servicio: prácticas que permanecen

04 Experiencia digital del cliente: canales, tecnología e Inteligencia Artificial al servicio del propósito

1. Comunicación digital coherente con la cultura y el propósito
2. El cliente digital de hoy
3. La brecha digital en las organizaciones
4. Multicanal vs. omnicanal
5. Diseño de la experiencia omnicanal
6. CRM y gestión de la relación con el cliente
7. Automatización y *chatbots*
8. Inteligencia Artificial aplicada al servicio
9. El equilibrio entre tecnología y factor humano

05 Calidad en el servicio y servicio excepcional: la experiencia en acción

1. La calidad en el servicio como resultado de la experiencia diseñada
2. El servicio en la actualidad y las nuevas expectativas del invitado
3. Diseño y gestión de estándares de servicio
4. Atención a los detalles como generadores de experiencia
5. Personalización del servicio y trato individualizado
6. Estrategias para generar conexiones emocionales
7. Metodologías internacionales de calidad en el servicio
8. Puesta en marcha de una política de experiencias

06 Medición, estrategia e implementación

1. Medir lo que Importa
2. El ecosistema de métricas de experiencia
3. Métricas de cultura y colaborador
4. Construir un *dashboard* de experiencia
5. Del dato a la estrategia
6. Diagnóstico estratégico de la experiencia
7. Implementación y gestión del cambio
8. Proyecto integrador y cierre del diplomado

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