

Diplomatura en Customer Experience 360

Temario

MÓDULO 1: Introducción al Customer Experience (16 hs)

CLASE 1: Introducción

- ¿Qué es el Customer Experience?
- Customer experience según las grandes marcas
- 360: Ser, saber, hacer
- Trilogía: Personas, servicio, operación
- Conectar con el cliente

CLASE 2: Contexto

- GPS de la experiencia
- Expectativas del cliente
- Propósito y tono de voz de la marca
- Reglas de oro del servicio, la importancia de la personalización del servicio

CLASE 3: El asesor como embajador de marca

- Autoconocimiento
- Perfil de puesto en Servicio al cliente
- ¿Qué significa ser embajador de marca?
- Autodiagnóstico de mis atributos de servicio

CLASE 4: El punto de venta

- La importancia del backstage
- El escenario
- Experiencia multisensorial, la importancia de los Detalles
- Tráfico en la tienda
- Visual Merchandising

MÓDULO 2: Imagen Vendedora. El asesor como embajador de marca (16 hs)

CLASE 1: Lenguaje y Oratoria

- Empatía y escucha activa
- Client speaking: comunicación asertiva
- Técnicas de oratoria moderna

CLASE 2: ¿Qué decir y cómo decirlo?

- Frases efectivas para sorprender al cliente
- The power of Asking

Diplomatura en Customer Experience 360

- Scripting: qué es?

CLASE 3: Corporalidad

- Imagen profesional vendedora. Técnicas de lenguaje corporal para ser escuchado
- Aprender a leer al cliente a través de su lenguaje corporal
- OAR: El poder de la observación: Observador-acción-resultados

CLASE 4: Emocionalidad

- Seguridad emocional ante clientes difíciles:
 - Auto-conocimiento, gerenciamiento emocional
 - Conciencia social
 - Manejo de relaciones
- Emocionario: conexión emocional detrás de la experiencia

MÓDULO 3: Liderar al cliente (16 hs)

CLASE 1: Client Management

- ¿Qué es el client management?
- Distintos tipos de clientes
- Experiencia de producto: conocimiento

CLASE 2: Ritual de la experiencia

- Comprender los pasos de la experiencia del cliente
- Los 5 pasos de la experiencia efectiva

CLASE 3: Quejas y Objeciones

- Diferencia entre queja y objeción
- Monitoreo y seguimiento de quejas
- Técnicas efectivas para resolver quejas, recupero del servicio

CLASE 4: Gestión de la experiencia 360

- Customer Journey Mapping: ¿Qué es?
- Descubriendo momentos Wouch en el servicio
- Diseño de Journey Map

MÓDULO 4 : Convertite en Mystery Shopper (16 hs)

CLASE 1: Percepción de experiencia

- ¿Qué es un Mystery Shopper?
- La importancia de la evaluación
- Tipos de Mystery Shopper

CLASE 2: Perfil del shopper

Diplomatura en Customer Experience 360

- Estrategias para realizar un Mystery shopper
- Responsabilidades del Mystery shopper

CLASE 3: Teoría de la observación: qué mirar

- Formulario de evaluación

CLASE 4: Prácticas

- Práctica 1: Armado de tu propio formulario de Mystery Shopper para tu marca
- Práctica 2: Mysteriando en campo: 360. Cómo llevarlo a la práctica

TRABAJO FINAL - Cierre