



DIPLOMADO | REMOTO

GERENCIA ESTRATÉGICA DEL SERVICIO Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE

CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo 1. **FUNDAMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE COMO EXPERIENCIA**

- Rol de la Gerencia del Servicio.
- Conceptos básicos del Servicio.
- Elementos diferenciadores en el Servicio.
- ¿Qué es Experiencia del Cliente?
- Cómo analizar la experiencia del cliente implementando tecnología biométrica y neurocientífica.
- ¿Qué es la Experiencia del Usuario?
- El servicio como eslabón en la cadena de valor.
- Entender las Necesidades de los Clientes.
- La nueva orientación hacia el cliente.
- Herramientas neurocientíficas y biométricas que permiten el análisis de la percepción de la toma de decisiones del cliente.

Módulo 2. **HERRAMIENTAS CARDINALES PARA DESARROLLAR EL SERVICIO**

- Mapa del Viaje del Cliente - Customer Journey Ma, construcción del mapa basado en resultados tecnológicos.
- Blueprint.
- CRM.
- Comunicación persuasiva.
- Realimentación efectiva.
- Generación de confianza.
- Identificación de necesidades y soluciones
- Negociación práctica.

Módulo 3. **RELACIONAMIENTO CON EL CLIENTE**

- Marketing Offline y Online basado en herramientas tecnológicas.
- Canales de atención tradicionales y nuevas tendencias.
- Multicanalidad - Omnicanalidad.
- Social CRM.
- Social Media.
- Gestión de Social Media Manager.
- Adquisición de clientes y prospectos.
- Retención, Fidelización de clientes y Reactivación de clientes.
- Desarrollo de estrategias de Contacto.

Módulo 4. **MARKETING INTERNO**

- Introducción al Endomarketing.
- Análisis de los procesos para la prestación de servicio.
- De Recurso Humano a Cliente Interno.
- Beneficios del mercadeo interno en la gestión de personas.
- Cómo desarrollar e implementar un plan de mercadeo interno, basado en datos biométricos.
- Sentido de pertenencia vs compromiso.
- Enamoramiento del cliente interno.
- Branding interno.
- Felicidad organizacional.
- Employee journey map, construcción del mapa basado en resultados tecnológicos.

Módulo 5. **HERRAMIENTAS DIGITALES PARA EL SERVICIO AL CLIENTE Y UX**

- Fundamentos de la importancia de servicio al cliente por los diferentes canales.
- Herramientas digitales para el servicio al cliente.
- Implementación y medición de las diferentes herramientas digitales.

Módulo 6. **DIMENSIÓN HUMANA EN EL SERVICIO**

- Características, competencias y perfil de la gente de servicio del servicio.
- Liderazgo hacia el servicio interno al externo.
- El Servicio Inspirador.
- Aseguramiento de la calidad humana.
- Comunicación efectiva y asertiva hacia el cliente (análisis en cámara de Gesell).
- Inteligencia emocional aplicada al servicio (análisis en cámara de Gesell).
- Gestión de la actitud hacia el servicio.
- Manejo Estratégico de Clientes Difíciles.
- Mercadeo relacional.
- Brechas del Servicio.

Módulo 7. **MARKETING DE SERVICIOS**

- Mercadeo de Servicios y su aplicación.
- Necesidades, percepciones y expectativas del cliente.
- Comportamientos de los consumidores.
- Conocimiento y segmentación de clientes.
- Investigación de Mercados vs. investigación de neuromarketing.
- Herramientas de marketing tradicionales y nuevas tendencias.
- Creatividad y Oportunidad en el Servicio.

Módulo 8. **PLANEACIÓN ESTRATEGICA EN FUNCIÓN DEL CLIENTE**

- Oferta de Valor.
- Planeación Estratégica del servicio.
- De la estructura funcional a la estructura por procesos.
- Acuerdos de Niveles de Servicio.
- Análisis de resultados y planes de acción.
- Prevención de riesgos.
- Planes de contingencia ante fallas.

Módulo 9. **INDICADORES DE SERVICIO**

- ¿Por qué medir la satisfacción de los clientes?
- Balance Score Card.
- ¿Qué medir?: Modelos tradicionales para la evaluación de los servicios.
- Indicadores actuales para la medición de la satisfacción.
- Indicadores como, Churn Rate, Service Profit Chain, Customer Effort Score y Net Promoter score.

Módulo 10. **EMPRESAS LIDERES Y REFERENTES DEL SERVICIO**

- Casos exitosos y referentes del servicio en el mundo.