

“Un cliente no recuerda solo lo que compró, sino cómo lo hiciste sentir.”

---

 **Nombre del Curso: Experiencia del Cliente: Más Allá del Servicio**

 **Duración total:** 24 horas

 **Modalidad:** Presencial, en línea en vivo o híbrido.

---

 **Dirigido a:**

Equipos de atención al cliente, ventas, marketing, operaciones y líderes de áreas que influyen en el contacto con clientes, tanto en empresas de productos como de servicios.

---

 **Descripción general:**

La experiencia del cliente (CX) va más allá de resolver problemas o brindar un buen trato: se trata de crear momentos memorables que construyan relaciones duraderas. Este curso ofrece una visión estratégica e integral de la experiencia del cliente como diferenciador clave. A través de herramientas prácticas, los participantes aprenderán a diseñar, gestionar y mejorar cada punto de contacto con el cliente, alineando procesos, personas y emociones.

---

 **Objetivos del curso:**

Al finalizar, los participantes serán capaces de:

- Comprender la diferencia entre servicio y experiencia del cliente.
  - Identificar los momentos clave (momentos de verdad) en el recorrido del cliente.
  - Aplicar principios de diseño de experiencias memorables.
  - Fomentar una cultura centrada en el cliente dentro de su organización.
  - Medir y mejorar continuamente la experiencia del cliente.
-

 **Contenido por módulo:**

**Módulo 1. De la Atención al Cliente a la Experiencia del Cliente**

- Qué es CX y por qué es estratégica
- Tendencias y casos reales
- El impacto de una buena (y mala) experiencia

**Módulo 2. El Viaje del Cliente (Customer Journey)**

- Mapeo de recorrido y puntos de contacto
- Momentos de verdad y momentos WOW
- Fricciones y oportunidades de mejora

**Módulo 3. Cultura Centrada en el Cliente**

- Actitudes, valores y comportamiento del equipo
- Cómo alinear la experiencia interna con la externa
- Rol de los líderes en la experiencia del cliente

**Módulo 4. Diseño de Experiencias Memorables**

- Principios del diseño emocional de experiencias
- Sorprender y superar expectativas
- Coherencia entre canales y mensajes

**Módulo 5. Escucha Activa del Cliente**

- Feedback, encuestas, y análisis de voz del cliente
- Cómo interpretar señales y emociones
- Gestión proactiva de sugerencias y reclamos

**Módulo 6. Herramientas para Medir la CX**

- NPS, CES, CSAT y otros indicadores clave
  - Cómo usar datos para mejorar
  - Paneles de seguimiento y KPIs
-

## **Módulo 7. Innovación y Experiencia Digital**

- Tecnología aplicada a CX (chatbots, CRM, apps)
- Experiencia omnicanal
- Personalización con enfoque humano

## **Módulo 8. Casos Prácticos y Plan de Acción Personal**

- Análisis de empresas líderes en CX
- Diagnóstico del estado actual en tu organización
- Diseño de una propuesta de mejora en la experiencia del cliente

---

### **Formato de entrega:**

- Videos cortos y explicativos
  - Plantillas para mapas de viaje del cliente
  - Casos de estudio y ejercicios aplicados
  - Test de diagnóstico inicial y final
  - Recursos descargables y herramientas digitales
  - Actividades individuales y colaborativas
  - Constancia digital de participación
-