INESEM

BUSINESS SCHOOL

Curso de Customer Experience Management

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Curso de Customer Experience Management

duración total: 200 horas ***horas teleformación:*** 100 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Con el presente Curso de Customer Experience Management recibirá una formación especializada en la materia. En el mundo del comercio en general es importante conocer la experiencia del usuario o cliente cuando realiza un proceso de compra. Entender todas sus necesidades o inquietudes presentes durante el proceso de compra, es vital para poder mejorar la tasa de ventas y fidelizar a los clientes.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Conocer la estrategia en la experiencia del cliente.
- Conocer la experiencia digital y la experiencia del usuario.
- Conocer las herramientas del neuromarketing.

para qué te prepara

El presente Curso de Customer Experience Management le proporcionará la formación necesaria para aprender a gestionar la experiencia del usuario, pudiendo de esta forma ofrecer al cliente la mejor experiencia durante los procesos de compra.

salidas laborales

Empleado en departamentos de marketing / Empleado en departamentos comerciales

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La direccion General — Firma del alumno/a

MARIA MORENO HIDALGO — Sello — NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Customer Experience Management'

profesorado y servicio de tutorías

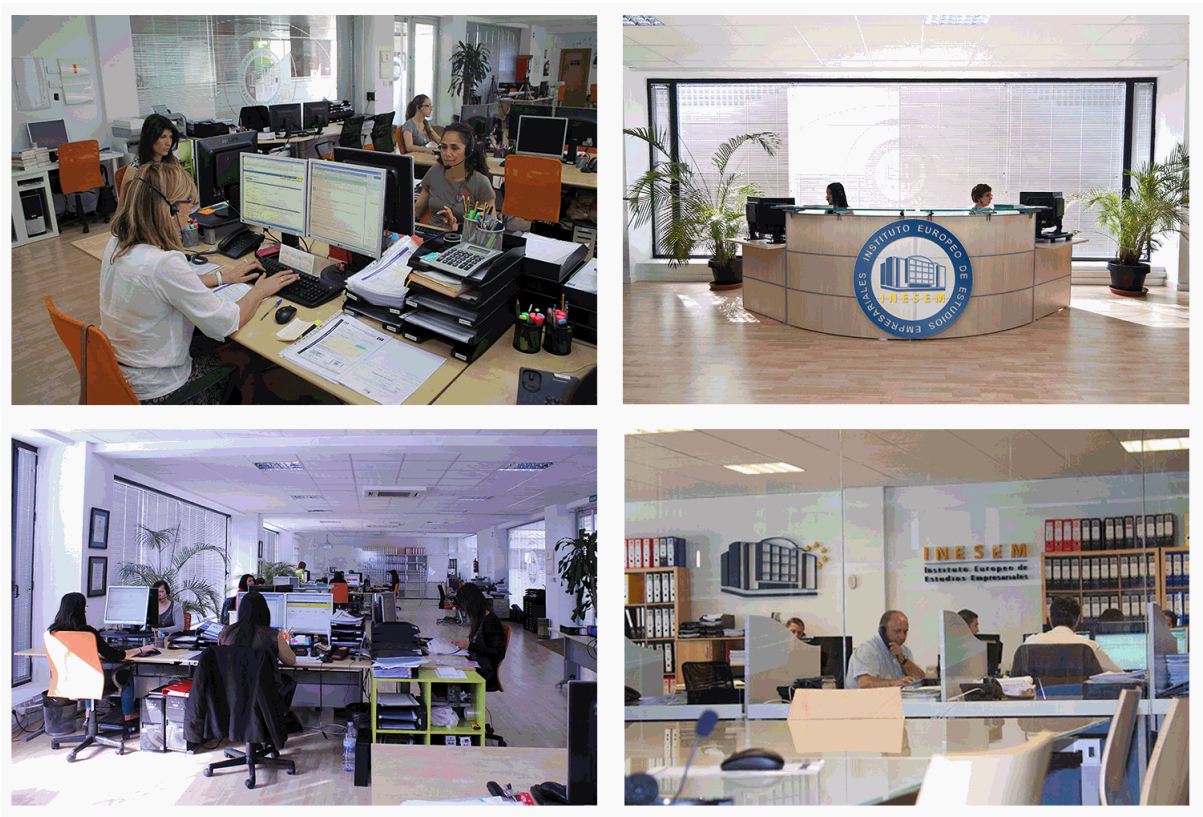
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio.
Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.
Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL CUSTOMER EXPERIENCE

1.Customer Experience: aspectos generales
- 1.- Los beneficios del Customer Experience
- 2.- Las dimensiones clave del Customer Experience

2.Importancia de la experiencia en el sector servicios
- 1.- Importancia de la experiencia

3.Customer journey map
- 1.- ¿Qué es el Customer journey map?
- 2.- Utilidad
- 3.- Creación del Customer Journey Map

4.Branding y experiencia del cliente
- 1.- Función principal
- 2.- Branding y posicionamiento
- 3.- Factores clave de una marca
- 4.- Branding y experiencia

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

1.Métricas de satisfacción y experiencia del cliente

2.Generar valor añadido al cliente
- 1.- Estrategias de diferenciación
- 2.- Estrategias de posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

1.Las técnicas de grupo
- 1.- Qué son y qué no son las técnicas grupales
- 2.- Elección de la técnica adecuada
- 3.- Normas generales para el uso de las técnicas de grupo

2.Las encuestas
- 1.- Encuesta personal presencial
- 2.- Encuesta telefónica
- 3.- Encuestas en Internet
- 4.- Encuesta postal

3.La filosofía de Parasuraman

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EXPERIENCIA DIGITAL Y EXPERIENCIA DEL USUARIO

1.Monitorización de la experiencia digital del cliente
- 1.- Principios de persuasión y posibles clientes
- 2.- Seguimiento de audiencias

2.El marketing online
- 1.- Internet como canal de comunicación
- 2.- Conceptualización del marketing online
- 3.- Características del marketing online

3.Social media marketing
- 1.- Introducción al Plan Social Media
- 2.- Beneficios del Social Media Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HERRAMIENTAS DEL NEUROMARKETING Y SU APLICACIÓN EN LA FUERZA DE VENTAS

1.Definición y objetivos del Neuromarketing

2.Evolución del marketing al neuromarketing
- 1.- De las 4 P´s a las 4 C´s

2.- Hacia el Marketing Mix emocional
3.- El surgimiento del Neuromarketing
3.Aplicaciones del neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DEL NEUROMARKETING

1.Perfil profesional en Neuromarketing
2.El neuromarketing en el mercado
1.- ¿Qué ofrecen las empresas?
2.- El Neuromarketing en España
3.- El Neuromarketing en el mercado internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MOTIVACIÓN Y EMOCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING

1.Motivación. Definición y aspectos básicos
1.- Motivación negativa
2.- Motivaciones ocultas
3.- Motivación de los consumidores
2.Emoción. Definición y aspectos básicos
1.- El almacenamiento de las emociones
2.- Los tiempos y las emociones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PERCEPCIÓN Y ATENCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING

1.Percepción. Definición y aspectos básicos
2.La percepción selectiva
3.La percepción de acontecimientos
4.Atención. Definición y aspectos básicos
5.Taxonomía de la atención
6.Los filtros del cerebro
7.El ojo del espectador
8.Percepción y atención. Caso de estudio