



Con el respaldo de:

Certificación Internacional **ONLINE**

INNOVA CX

**BASADA EN LEAN STARTUP
Y CUSTOMER EXPERIENCE**

Julio - Agosto 2020





CONTEXTO ACTUAL

Las empresas son el motor económico del país y requieren ser cada vez más, adaptativas e innovadoras. Requieren ejecutar el modelo de negocio actual, pero al mismo tiempo deben explorar y experimentar con nuevos modelos de negocio para poder obtener rentabilidad a futuro y seguir vigente ante los nuevos cambios del mercado y entorno. Requieren ser organizaciones que innoven al modo startup y con foco en el cliente para poder desarrollar productos por los que estén dispuestos a pagar en el mercado y resuelvan un problema o necesidad verdadero.

La innovación dentro de una estrategia de Customer Experience, es clave, sobre todo cuando queremos diferenciarnos en el mercado por la experiencia diferenciadora que brindamos, o cuando queremos rediseñar nuestra propuesta de valor pasando de la experiencia actual a una rediseñada. Existen diferentes caminos para innovar, una de las más dinámicas y de resultados más ágiles, Lean Startup. Esta metodología no tiene como objetivo idear planes de negocios, se enfoca en un proceso para descubrir qué soluciones tendrán éxito en el mercado y cuáles no. Mediante el método científico busca validar las hipótesis y sesgos mediante la experimentación con el mercado, insertando un nuevo mindset: el ciclo Diseñar-Medir-Aprender.

La estrategia de Customer Experience, tiene como objetivo crear experiencias duraderas, mucho más que ofrecer un buen momento. A través de una adecuada gestión de la estrategia de CX se pueden mejorar los resultados de una empresa, creando grandes experiencias que contribuyan a aumentar la lealtad y recomendación, sin embargo, si la propuesta de valor no se reinventa constantemente, el modelo podría quedar obsoleto.

Aplicada de manera integral, una estrategia que combine adecuadamente los conceptos de Lean Startup y Customer Experience, permitirá definir los factores diferenciadores que valora el usuario y mercado objetivo, experimentando con las acciones que se desean realizar en cada punto de contacto para que al final el cliente esté dispuesto a pagar y reciba una experiencia wow.



Doble Certificación simultánea

CERTIFICACIÓN

Emitida por Hello 404 (Perú)

CERTIFICACIÓN

Emitida por Xcustomer360 y CX Latam Institute con el respaldo de CXLA (USA)



EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE

¿QUE INCLUYE?

21 HORAS, 7 SESIONES

(1 Kit Innova Tools, 1 Trabajo Final)



¿QUÉ APRENDERÁN LOS PARTICIPANTES?



Implementar modelos de innovación y experimentación dentro de la estrategia integral de Customer Experience de las compañías.



Comprender la importancia de lograr un enfoque centrado en el usuario.



Innovación simple y ágil. Aprender a construir y diseñar experimentos de experiencia de cliente de las empresas.



Reducir el riesgo en el lanzamiento de nuevas experiencias, al validarlas previamente de manera rápida y efectiva.



Aprender del cliente (Customer Development) más rápido y barato.



Diseñar experiencias de clientes viables y escalables usando un kit de herramientas enfocadas en el cliente y stakeholders que se involucran en cada punto de contacto.



Aprender a interpretar, implementar y rediseñar la experiencia del cliente a través herramientas como el Customer Journey Map y el CX Blueprint (versión actual y rediseñada).



Interiorizar el mindset de desarrollo de experimentos para obtener aprendizajes y decidir en base a hechos del mercado



Desarrollar un trabajo final en empresas reales que permita poner en práctica todo lo aprendido.

TEMARIO

INTRODUCCIÓN AL CUSTOMER EXPERIENCE Y METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN

Casos, ejemplos y experiencias

INNOVACIÓN SIMPLE: METODOLOGÍA LEAN STARTUP

Marco teórico, fases y ejemplos

CX MODEL XCUSTOMER 360 INTEGRADO CON LEAN STARTUP

Del diseño al rediseño, pasando por la innovación

CONOCIMIENTO DEL CLIENTE (CUSTOMER DEVELOPMENT)

Mapas de Empatía y Context Canvas

EXPERIMENTACIÓN Y EXPERIENCIA MÍNIMA VIABLE

Diseño de experimentos rápidos y a bajo coste
Crear la Experiencia Mínima Viable (EMV)

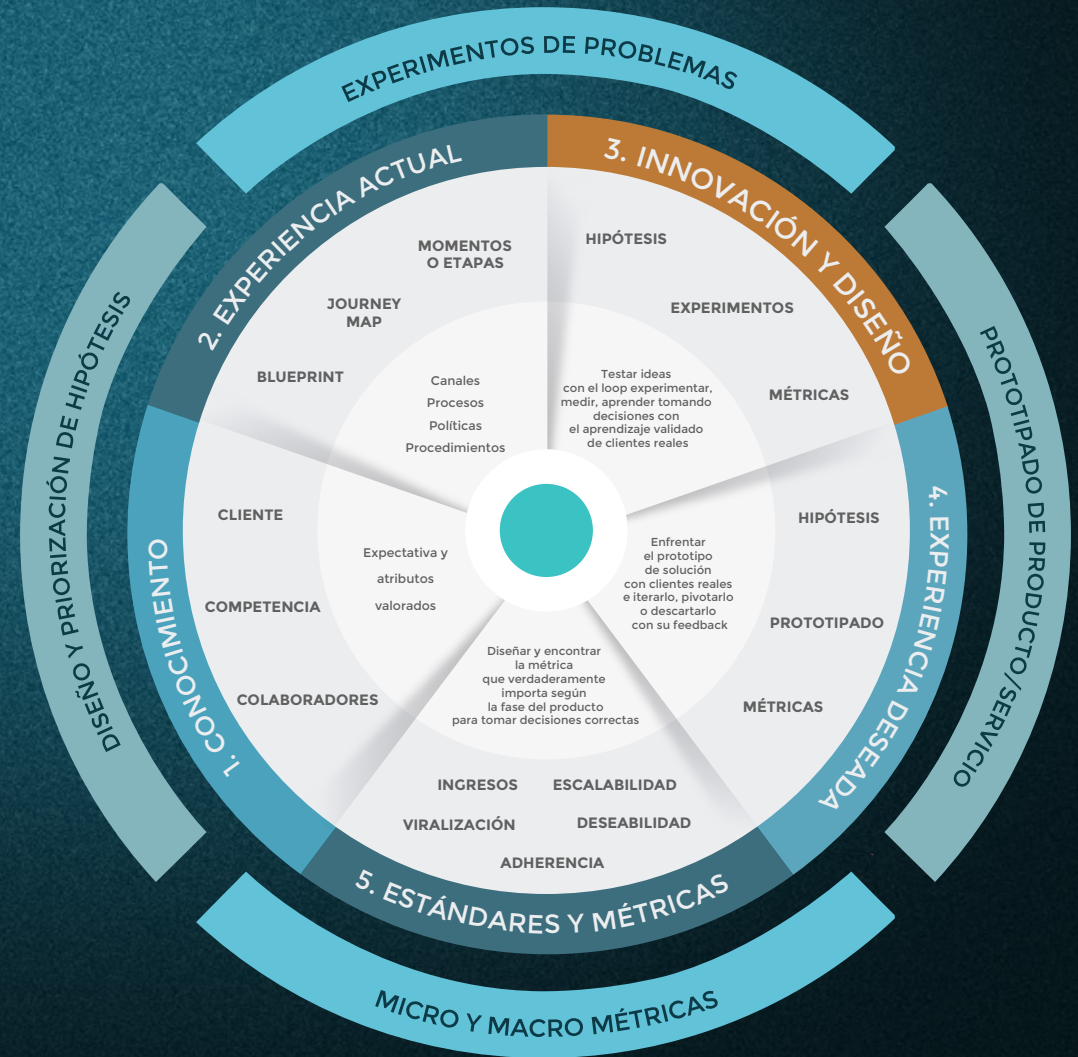
DISEÑO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE HERRAM. CX

Customer Journey Map y CX Blueprint

MÉTRICAS Y CONSTRUCCIÓN DE DASHBOARD PARA EL DISEÑO DE EXPERIENCIA MÍNIMA VIABLE

ROI DE EXPERIMENTOS Y CX

TRABAJO FINAL APLICADO A UNA EMPRESA REAL



Xcustomer360 y Hello 404

Xcustomer360, inició operaciones en el año 2010. Tiene como filosofía establecer una relación 1 a 1 con sus clientes, convirtiéndose en su socio estratégico, ayudándolos a generar valor en la gestión de sus clientes.

Si bien la empresa nació con la finalidad de atender una necesidad local, a la fecha ya ha atendido clientes en Perú, Colombia, Panamá, Ecuador, Honduras, España, República Dominicana, Costa Rica, Paraguay, Bolivia, México y Guatemala.

Cuenta con 3 unidades de negocio:

- Formación ejecutiva de alto nivel (CX Latam Institute)
- Consultoría especializada en Customer Experience
- Software de medición de estándares internos y externos, así como de voz del cliente y del colaborador.

Hello404, es un Business Testing Lab donde ayudamos a las organizaciones a diseñar, testar, desarrollar y lanzar productos, servicios o modelos de negocio en menos tiempo con menos presupuesto y con tus equipos combinando design thinking, lean startup y scrum según tus prioridades.

Descubrimos los problemas o necesidades reales por los que tus clientes están dispuestos a pagarte si se los resuelves, experimentando. Te enseñamos técnicas de prototipado digital para validar sin desarrollar que el cliente nos paga.

Creamos dashboard de métricas que te ayuden a tomar decisiones de inversión de productos con evidencias de cliente y mercado. 100% en remoto. Ponemos las bases de la cultura y los procesos para que te conviertas en una organización ambidiestra. Te ayudamos a desafiar la incertidumbre sin miedo a fallar.

The logo for Xcustomer 360 features a large, stylized white 'X' on the left. To its right, the word 'customer' is written in a clean, white, sans-serif font. Below 'customer', the number '360' is positioned in a smaller, white, sans-serif font.The logo for Hello 404 features the word 'hello' in a white, cursive script font. Above the 'o' in 'hello' is a white speech bubble containing the number '404'. Below 'hello', the words 'innovation & customers' are written in a smaller, white, sans-serif font.The logo for CX Latam INSTITUTE features the text 'CX Latam' in a large, white, sans-serif font. Below it, the word 'INSTITUTE' is written in a smaller, white, sans-serif font, with each letter spaced out.



EXPOSITOR

Rodrigo Fernández de Paredes Alegría

- ▶ CX Speaker y asesor internacional.
- ▶ Autor del libro 'Construyendo Xperiencias' primer libro especializado en Customer Experience en Latinoamérica.
- ▶ Asesor y capacitador en empresas de 12 países, entre ellas: The Ritz-Carlton (España), Banco Davivienda (Colombia), ARS Humano (Rep. Dominicana), Argos (Rep. Dominicana y Panamá), Banco del Pacífico, Claro y Aeropuerto de Galápagos, (Ecuador), Ferreyros, Hotel SUMAQ, entre otras (Perú).
- ▶ Diseñó la Certificación CXDM (Customer Experience Design & Management) realizada en 12 países, y los programas de Customer Experience de las siguientes universidades: UNINORTE, ICESI y UNIANDES (Colombia), Pacífico Business School y CENTRUM PUCP (Perú).
- ▶ Creador del modelo especializado en Customer Experience, denominado XCUSTOMER 360®.
- ▶ Co-creador del software de medición de experiencia Xcustomer360®.
- ▶ Ha ocupado cargos directivos en Graña y Montero (Línea 1 del Metro de Lima), Cálidda, Americatel, Telefónica entre otras empresas. MBA (ESAN), Postgrado en Marketing Relacional (UPC).
- ▶ Presidente Ejecutivo de CXLA Customer Experience Latam Association.





EXPOSITOR

Pedro Mateos

- ▶ Founder & CIO (Chief Innovation Officer) de Hello404, Experto en diseñar, gestionar e implementar programas de incubación/aceleración con startups. Inversor en startups fase seed con base tech.
- ▶ Diseñador de ecosistemas de innovación e intraemprendimiento (estrategia, management y praxis) con Lean Startup y metodologías ágiles dentro de Corporaciones en Europa y varios países de LATAM.
- ▶ Ha desarrollado consultoría, programas de formación, intraemprendimiento, innovación e incubación en: Caja Cusco, Telefonica Open Future y PNUD (Perú), Banco del Pacifico, Claro y Datafast (Ecuador) Grupo Roble (Nicaragua y Guatemala) entre otros.
- ▶ Profesor en CIDE PUCP y Universidad del Pacífico.
- ▶ Speaker EXMA International. Coach Lean Start Up. Agile Coach certificado.





FECHAS

Inicio: Julio - Agosto 2020
Horario: Por definir



DIRIGIDO A

La Certificación InnovaCX, basada en Lean Startup y Customer Experience, está dirigida a profesionales de gerencia general, marketing, innovación, service design, experiencia del cliente, transformación digital, proyectos, digital experience, comercial, operaciones, ventas, recursos humanos y en general cualquier área que, de manera directa o indirecta, tenga relación con la gestión de la experiencia de los clientes de una compañía.

El participante realizará trabajos de aplicación y casos durante las clases, lo cual permitirá que ponga a prueba los conocimientos y herramientas aprendidas.



MODALIDAD

Online – sesiones 100% sincrónicas con los docentes en vivo
(las sesiones quedan grabadas)



INVERSIÓN

Certificación

(Con trabajo final)

Tarifa Regular: US\$790

Tarifa miembros CXLA: US\$690

Preventa hasta el 30 de Junio: US\$590

Programa Ejecutivo

(Sin trabajo final)

Tarifa Regular: US\$690

Tarifa miembros CXLA: US\$590

Preventa hasta el 30 de Junio: US\$490

Nota: Tarifa miembros CXLA preventa aplica también para empresas que tienen convenio con CX Latam Institute. En el caso de empresas con convenio, la preventa no tiene límite de vencimiento.

Con el respaldo de:



INFORMES

Ventas e información:

Sheyla Manzanedo

Móvil y whatsapp (51) 950095428

info@cxlataminstitute.com

Ventas corporativas y convenios:

Raúl Dávila

Móvil y whatsapp (51) 998 410 484

rdavila@xcustomer360.com