

Con el respaldo de:



Certificación Internacional **ONLINE**

ADVANCED METRICS & CX ROI

Julio 2020





CONTEXTO ACTUAL

Customer Experience o Experiencia del cliente, así como las diferentes disciplinas asociadas al Marketing, aún cuando son piezas clave dentro de la estrategia de las organizaciones, muchas veces quedan sin peso por su incapacidad de demostrar el retorno económico real de los gastos que genera. En resumen, si no logramos sustentar el retorno que generan, están compitiendo contra el costo de no hacer nada.

A través de la metodología de ROI Marketing Matrix, integrada con el Modelo CX de Xcustomer 360, ejecutivos y profesionales podrán evaluar los proyectos y campañas desde el punto de vista económico, demostrando su impacto directo en la cuenta de resultados, allí donde más importa.

Los planes de marketing y customer experience son habitualmente concebidos, planificados y evaluados de una manera orientada a la satisfacción de los clientes, a la ejecución de las actividades que lo componen, como un costo que puede ser discrecionalmente gestionado (especialmente en momentos de crisis).

Al diseñar los proyectos de CX o Marketing, teniendo la certeza sobre el retorno de la inversión, las organizaciones adquieren la capacidad de establecer el costo de oportunidad del marketing y sus proyectos. También podrán validar los proyectos antes de invertir en ellos, establecer modelos predictivos y generar inteligencia de negocio que ayudará a planificar los proyectos de una manera orientada a resultados económicos y con visibilidad de su impacto monetario real.



Doble Certificación simultánea

CERTIFICACIÓN

Emitida por ROI Marketing Institute (Suiza)

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 CX ROI Tools, 1 Trabajo Final)



¿QUÉ APRENDERÁN LOS PARTICIPANTES?



Implementación de la Metodología ROI Marketing Matrix® desde el punto de vista teórico y práctico, con casos reales de otras empresas de diversas industrias.



Cambiar el punto de vista y dar herramientas a los gestores de negocio y profesionales en general, acerca de la relevancia del marketing y customer experience dentro de la organización y su contribución al negocio en términos económicos reales.



Implementar una estrategia integral de Customer Experience (CX) calculando el retorno de la inversión de los proyectos (CX ROI). Sentar las bases de un nuevo estándar de rendimiento: el retorno económico real de los proyectos de customer experience y campañas de marketing



Aprender a implementar un modelo de diseño, gestión y medición de experiencia (Modelo XCUSTOMER 360®), apoyándonos en herramientas de CX como el Customer Journey Map y el Blueprint.



Definir estándares, Indicadores, métricas y el cuadro de mando CX, así como la Política de Auditoría CX de la empresa.



Diagnosticar de manera previa a la inversión, si un proyecto será rentable o no, y en qué condiciones.

TEMARIO

INTRODUCCIÓN AL CURSO

Alcance (CX+ROI), ¿por qué la gestión del Customer Experience necesita conocer el ROI?

METODOLOGÍA ROI MARKETING MATRIX®

Vinculada al negocio, integrada al modelo de diseño, gestión y medición de la experiencia Xcustomer360®.

OBJETIVOS MEDIBLES Y DEFINICIÓN DE ESTÁNDARES

Generación de objetivos medibles de negocio y planificación de la evaluación. Indicadores, métricas y el cuadro de mando CX.

BLUEPRINT CX RISK MANAGEMENT

Gestión y prevención de riesgos. Definición de estándares de medición, así como planes preventivos y reactivos.

ANÁLISIS, RECOLECCIÓN DE DATOS Y CONVERSIÓN

Análisis de Sensibilidad ROI ©. Viabilidad económica y predicción. Factores de relación y conversión monetaria .

DE LA PLANIFICACIÓN A LA IMPLEMENTACIÓN

CÁLCULO, ANÁLISIS Y REPORTE DEL ROI

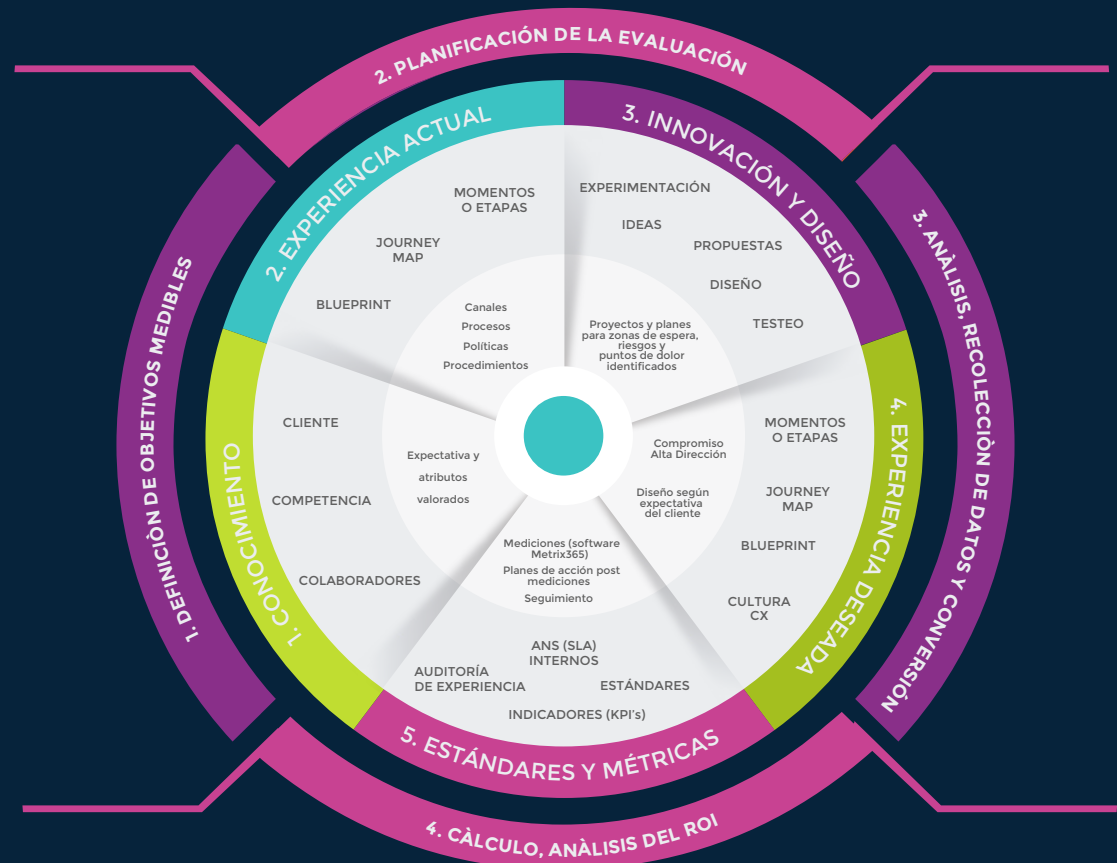
PRÁCTICA Y ANÁLISIS DE CASOS REALES

TRABAJO FINAL

Aplicado a una empresa real.

- Generación de inteligencia de negocio
- CX Risk Management.
- Gestión y prevención de riesgos.

- Generación de objetivos medibles de negocio
- Planificación de la evaluación



- De la planificación a la implementación
- Cálculo y análisis del ROI
- Reporte del ROI

- Viabilidad económica y predicción
- Recolección de datos
- Factores de relación y conversión monetaria
- Análisis de Sensibilidad ROI

MODELO CX ROI

Xcustomer360 y ROI Marketing Institute

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.

ROI Marketing Institute, fundada en Suiza, ha atendido clientes en 22 países, entre ellas grandes corporaciones de talla mundial (Fortune 500).

Se dedica a enseñar, implementar, monitorear, medir y certificar a corporaciones, agencias y profesionales de marketing de todo el mundo en el uso de métodos y prácticas de medición del Retorno de la Inversión (ROI).

Gracias a un enfoque de evaluación paso a paso, ROIMI puede ayudar a determinar el ROI de proyectos de marketing, customer experience así como de temas afines, para corporaciones, fundaciones, ONG y organizaciones públicas.

ROI
MARKETING
INSTITUTE

Xcustomer
360





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

Pablo Turletti

- ▶ Fundador y CEO de ROI Marketing Institute en Suiza. Global Executive MBA, IESE Business School.
- ▶ Tiene más de 25 años de experiencia en Europa, EE. UU. Latinoamérica, y Medio Oriente, sirviendo con su capacidad y experiencia a un gran número de organizaciones multinacionales, sin ánimo de lucro y gubernamentales como el Ministerio para el Comercio Exterior de Italia y la Unión Europea.
- ▶ Miembro de varios consejos asesores y de dirección, además de su trabajo como conferenciante y docente a nivel internacional.
- ▶ Creador de la metodología "ROI Marketing Matrix" © la cual está presente en más de 20 países.
- ▶ Colaborador de la revista Forbes Magazine en inglés y en español
- ▶ Autor de 3 libros sobre evaluación eficiencia y rendimiento del marketing.
- ▶ Profesor, conferencista y consultor.





FECHAS

Inicio: 30 de Julio 2020
Frecuencia: Martes y jueves de 6pm a 9pm (7 sesiones)



DIRIGIDO A

La Certificación Advanced Metrics & CX ROI, está dirigida a emprendedores, empresarios y profesionales de diferentes áreas, como por ejemplo: gerencia general, marketing, customer experience o experiencia del cliente, comercial, operaciones y en general cualquier área que de manera directa o indirecta, impacte en la experiencia de los clientes y quiera que su organización evolucione hacia una gestión de impacto económico real y cuantificable.

El programa está diseñado para que los participantes de diferentes niveles: básico, intermedio o avanzado, puedan aprovecharlo al máximo e implementar lo aprendido de manera inmediata. Se realizarán trabajos de aplicación y casos durante las clases, lo cual permitirá que se 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 15 de Mayo: 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