CUSTOMER
EXPERIENCE
DESIGN & MANAGEMENT

CXDM

xcustomer 360 CX Latam INSTITUTE

Certificación CXDM y socios estratégicos

En el 2014, se lanzó en Panamá la 1era Certificación Internacional CXDM con participantes de 5 países.

Bajo la modalidad In Company se realizó en: Banco Davivienda, Colsubsidio, Grupo Bolivar, Porvenir (Colombia), Banco Solidario, Diners Club, Claro (Ecuador), Inteligo, Belcorp, UPC (Perú), The Ritz-Carlton (España) entre otras empresas.

Actualmente se realiza en modalidad in company y abierta en alianza con diferentes universidades. Al 2020 tenemos más de 5mil ejecutivos capacitados en 12 países.

OBJETIVOS CXDM

Aprender a desarrollar un modelo de gestión integral de Customer Experience. Modelo XCUSTOMER 360®

Conocer y aprender a usar herramientas de vanguardia relacionadas al diseño, gestión y medición de la experiencia de los clientes.

Aplicar lo aprendido realizando un trabajo final supervisado hasta la presentación final.

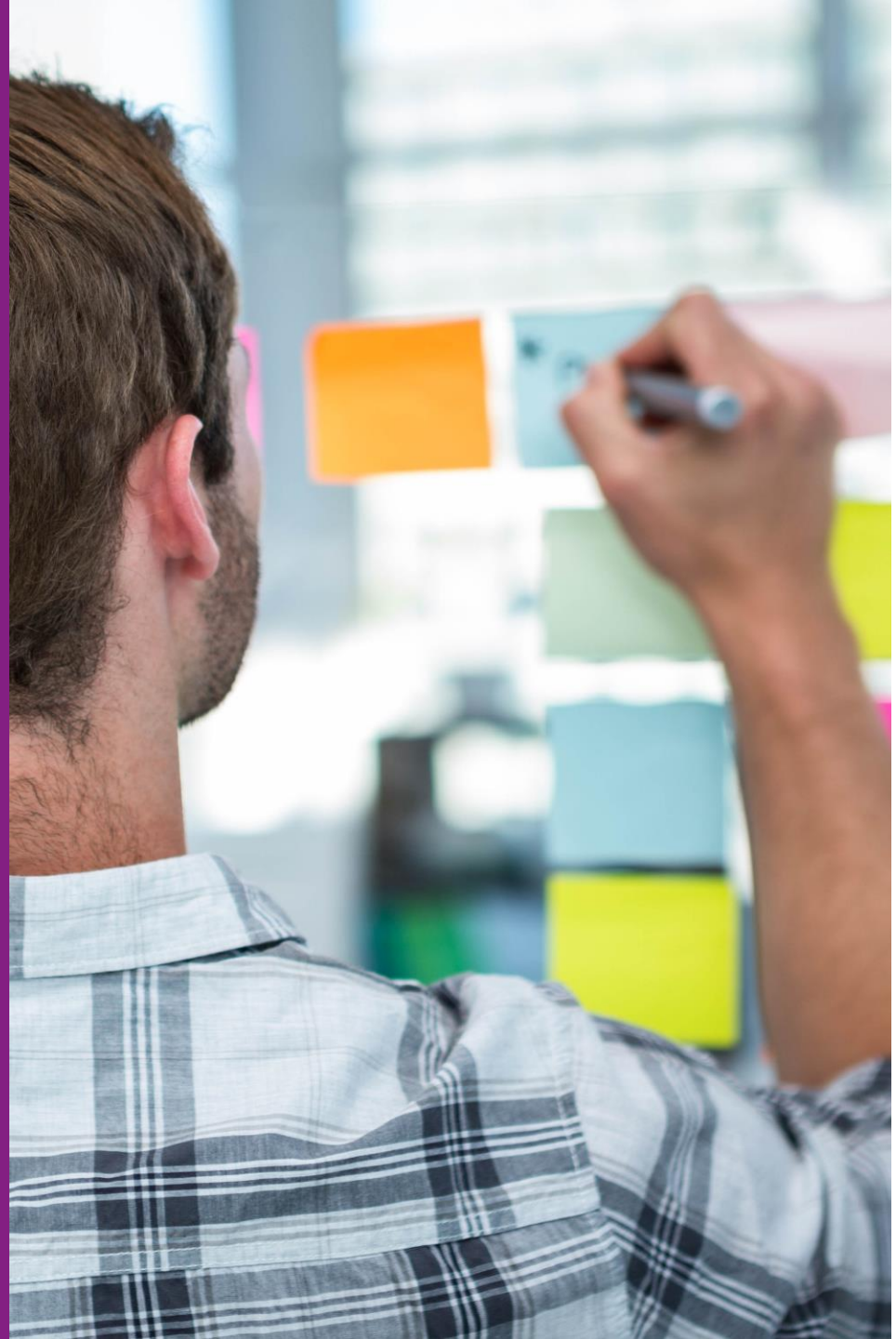
SOBRE CXDM

El programa está diseñado con la finalidad de que el participante tenga el tiempo para aprender la metodología, para cuestionar y cuestionarse, romper paradigmas, adquirir nuevos conocimientos, aprender "haciendo" y poner en práctica lo aprendido implementando el modelo Xcustomer360 en sus organizaciones.

Duración:

Dependiendo del requerimiento, tiene una duración de 16, 20 o 24 horas efectivas.

El participante obtendrá el Diploma de: CXDM Certified.



CX TOOLS

El participante recibe la plantilla del Customer Journey Map y Service Blueprint para que puedan implementarlos en sus empresas.

MATERIAL Y VIDEOS

Se entrega la presentación en PDF y los links de videos utilizados durante el programa.

TEMARIO

- Introducción al Customer Experience. Análisis de casos reales de diferentes industrias en el mundo.
- Modelo de diseño, gestión y medición de la experiencia del cliente: XCUSTOMER 360.
- Employee Experience | El Journey Map interno.
- Mapas de empatía y arquetipos de cliente.
- CX Tools. Diseño e interpretación del Customer Journey Map y el CX Blueprint.
- CX Metrics. Estándares, Indicadores, Métricas y Cuadro de Mando CX.
- Rentabilidad de una estrategia de Customer Experience.
- CX en la práctica. Trabajo final aplicado en la empresa.

- CXLA Customer Experience Latam Association, fundada en los Estados Unidos de América (USA), tiene como objetivo democratizar el conocimiento y generar aprendizaje en todo Latinoamérica y países de habla castellana en el mundo.

- En abril 2020, considerando la coyuntura, organizó un evento gratuito online sin precedentes, el CX Week by CXLA, el cual tuvo 2 ediciones, agrupó a más de 50 speakers de 11 países y llegó a más de 300 mil personas de 34 países y más de 200 ciudades.

- Rodrigo Fernández de Paredes, en representación de Xcustomer360, es socio fundador de CXLA.

UNIVERSIDAD ICESI

customer 360

CENTRUMPUCP BUSINESS SCHOOL

Universidad de los Andes
Colombia

DIPLOMA CXDM

CX Latam INSTITUTE

Customer Experience Design & Management

Este certificado se otorga a

Victor Vivas

Quien ha completado con éxito los requisitos para ser reconocida como

CXDM Certified

utilizando el Modelo de Gestión de Experiencia del Cliente

XCUSTOMER 360 ®

Duración: 24 horas
Fechas: 1 al 3 de octubre 2019

Rodrigo Fernández de Paredes A.
CEO Xcustomer 360

Certificado CXDM-190123

¿Qué hacemos y qué aprendemos en la Certificación CXDM?

MODELO XCUSTOMER 360

El siguiente gráfico muestra el modelo XCUSTOMER 360®, el cual ha sido implementado en empresas de diferentes industrias en varios países, logrando beneficios no solo a nivel de percepción del cliente, sino a nivel de mejoras en la rentabilidad de la empresa.

CUSTOMER JOURNEY MAP

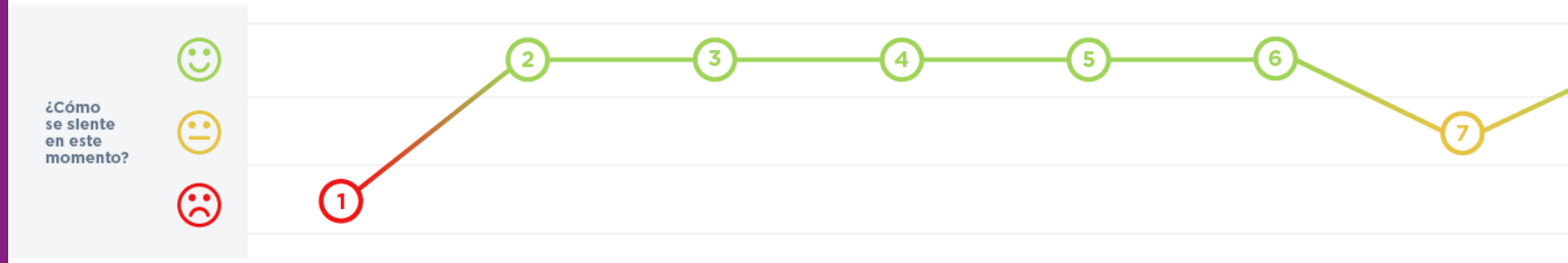
Es una representación visual, del paso a paso que vive un cliente con cualquier empresa, sea al comprar un producto o disfrutar de un servicio como ir a un restaurante, un cine, visitar la clínica, o cualquier otro que podamos vivir en nuestro día a día.

Esta visión nos permite entender la experiencia que vive un cliente, pero no como la empresa la diseñó, y tampoco como la empresa cree que es, sino como el cliente la percibe, como el la siente.

Customer Journey Map

EMPRESA: RESTAURANT

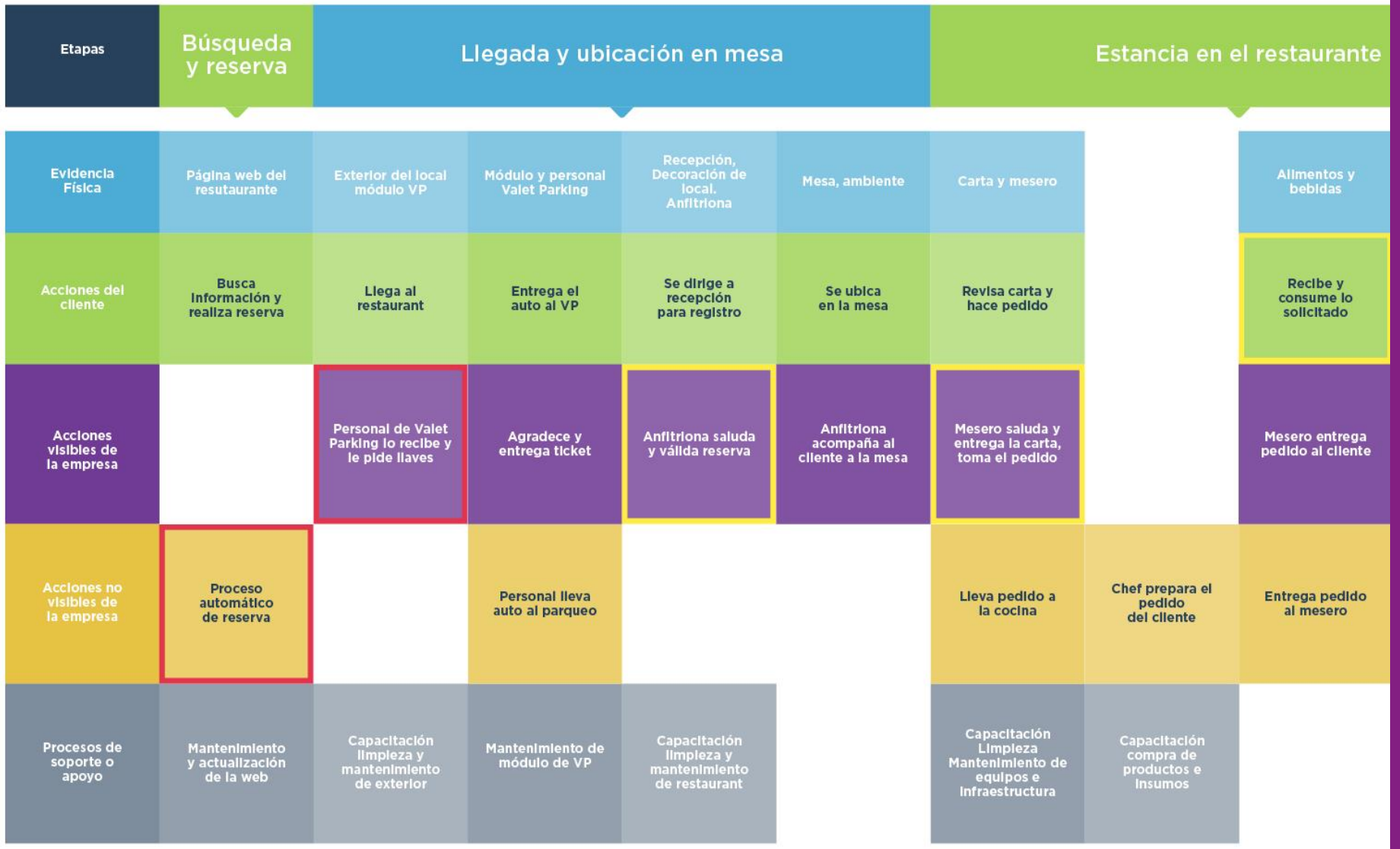
Acciones del Cliente	1 Reserva	2 Llegada al restaurant y parqueo	3 Entrada	4 Ubicación en mesa	5 Revisa la carta	6 Realiza el pedido	7 Recibe y consume el pedido
Puntos de Contacto	Página web o call center	Valet parking	Anfitriona	Anfitriona y mesero	Mesero y carta del restaurant	Mesero	Mesero y el pedido
¿Qué espera el cliente?	Web amigable. Atención call center amable y rápida	Saludo amable y cuidado de su vehículo	Que lo reciban de manera amable	Ubicación rápida en la mesa que solicitó	Rapidez en la entrega de la corta. Variedad de elección	Personal amable. Encontrar lo que quiere en la carta	Recibir lo que pidió. Que la comida y bebidas lo satisfagan
¿Qué recibe el cliente?	La web se cayó a la mitad y realizó reserva por teléfono (amable)	Recepción amable, personal bien uniformado e identificado	Fue recibido de manera amable. Anfitriona bien presentada	Ubicación rápida en la mesa solicitada en la zona de no fumadores	Mesero muy amable y bien presentado. Atención rápida	Mesero muy amable. Solicita el pedido sin problemas (carta variada)	Demora en uno de los platos solicitados. Todo lo demás ok



Creado por Xperience1to1

Service Blueprint (ejemplo simplificado)

EMPRESA: RESTAURANTE



Creado por Xperience1to1

xcustomer 360

BLUEPRINT

Es un mapa o plano que permite tener una descripción detallada de cada etapa de un proceso, identificando los puntos de contacto (touch points) y que actividades visibles e invisibles realiza la empresa.

El objetivo es tener todos los puntos de dolor (pain points) y los riesgos identificados, a fin de poder definir planes de acción para reducir o eliminar los puntos de dolor, y diseñar planes de contingencia para los riesgos identificados.

RODRIGO FERNÁNDEZ DE PAREDES

Facilitador

- Presidente CXLA Customer Latam Association
- 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 (Panamá), Banco del Pacífico y Aeropuerto de Galápagos, (Ecuador), Ferreyros, Hotel SUMAQ, entre otras (Perú).
- Diseñador de la Certificación Customer Experience Design & Management (CXDM) la cual ha sido realizada en 11 países, y de los programas de Customer Experience de la Universidad de los Andes (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®

EMPRESA CERTIFICADORA

Xcustomer360 ha trabajado con clientes de 12 países

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 hemos atendido clientes en Perú, Colombia, Panamá, Ecuador, Honduras, España, República Dominicana, Costa Rica, Paraguay, Bolivia, México y Guatemala.

NUESTRAS MARCAS

3 Unidades de Negocio

CX Latam INSTITUTE

Certificaciones, workshops y cursos especializados, abiertos e in company, diseñados a la medida de lo que necesite su empresa

Xcustomer 360

Consultoría y asesoría. Customer y Employee journey map, arquetipos, mapas de empatía, CX Blueprint. Modelo XCUSTOMER 360

MetriX 365

Medición de estándares de servicio, prevención, bioseguridad y otros. Programas de voz del cliente y colaboradores

NUESTROS CLIENTES

¿Qué opinan quienes ya obtuvieron la Certificación CXDM?

THE RITZ-CARLTON

Nuestra experiencia con Rodrigo fue muy positiva, su sistema es muy efectivo y claro. Hace que los equipos trabajen en establecer las prioridades operativas y logren unirse con un fin común, logrando establecer los cimientos para una plataforma firme de calidad. De mi experiencia en Ecuador, México y España puedo confirmar que es uno de los mejores en este ramo de capacitación y formación de equipos efectivos enfocados al servicio al cliente.

Hugo Lecanda
General Manager/Director General
The Ritz-Carlton (Tenerife - España)

CX Latam INSTITUTE

xcustomer 360

DAVIVIENDA

Nuestra experiencia con Customer Service 1 to 1, a través de su Director, Rodrigo Fernández de Paredes, fue sorprendente, ya que a través de su metodología y una herramienta como el Blueprint, se encontraron detalles que nos permitieron mejorar notablemente la experiencia del cliente. Logramos hacer fácil las cosas para los clientes, haciendo más eficientes nuestros procesos, impactando positivamente en la lealtad de los clientes. Por los resultados que hemos obtenido, no tengo duda en recomendarlos a otras empresas

Constanza Tolosa Aponte
Directora de Servicio al Cliente
Banco Davivienda

La Certificación la realizamos en 2 etapas, primero con los directores y gerentes, luego con los mandos medios. Las 2 fases estuvieron excelentes, destacando: la exposición conceptual y el ejercicio taller aplicando una metodología sumamente práctica.

Lo que más valor nos generó fue poder visualizar la interconexión inter áreas que hay en los procesos horizontales, de modo que se puedan conseguir esfuerzos conjuntos para tomar el control de los puntos débiles que afectan la experiencia del cliente, a través de la visualización de todos los procesos (visibles e invisibles) en los que se ve inmerso cuando se compra un producto o servicio.

Recomiendo 100% esta Certificación, sobre todo a aquellas empresas que están enfocadas en mejorar la experiencia de sus clientes y a su vez generar la fidelización de los mismos. El apoyo en el modelo de gestión CX diseñado por la empresa y el sistema de control (medición en línea a través del software Xcustomer360), llevará a la mejora continua y a una transformación permanente.

Maria Cristina Hidalgo
Directora de Talento Humano
Claro - Ecuador

Como parte de la estrategia de ETNA de trabajar con un enfoque 100% centrado en el cliente, contratamos a la empresa Xcustomer360, con quien hemos desarrollado un programa de Certificación en Customer Experience para los niveles altos y medios de la compañía, el mapeo de la experiencia de diferentes segmentos de clientes a través de herramientas como el Customer Journey Map y el Service Blueprint, y la implementación de su software de medición de experiencia. En este tiempo han demostrado ser un excelente equipo de profesionales comprometidos en identificar y entender las oportunidades de mejora en la experiencia de nuestros clientes tanto internos como externos, en cada punto de contacto.

Gracias a la implementación de herramientas especializadas en el diseño y mejoramiento de la experiencia del cliente como el Journey Map o el Blueprint hemos podido identificar los "momentos de dolor" en la interacción con nuestros clientes y poner detrás de ello planes de acción concretos para mejorar su experiencia. Además, desde el punto de vista estratégico, en uno de nuestros canales de venta pudimos identificar que el modelo de negocio tiene que cambiar si queremos tener éxito.

Atilio Ghio
Gerente General
ETNA

Elegimos a Xcustomer360 por lo disruptiva de su metodología para generar una experiencia "wow" en los momentos de verdad con los alumnos. Se logró integrar herramientas de calidad simples con alto impacto en el diseño de proceso, de modo tal que no importa la formación de los colaboradores involucrados en el proyecto, todos pueden aprenderlas y aplicarlas.

El desarrollo de talleres con personas de distintas áreas y niveles de la organización contribuyó en nuestro programa de evolución cultura.

Recomiendo a Rodrigo y Xcustomer360 por la simplicidad y cercanía con la que expone su experiencia en empresas de distintas industrias y como esta experiencia logra contribuir en alcanzar y/o superar las expectativas de nuestros alumnos.

Eurico Sánchez Cateriano
Gerente de Calidad de Servicio
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)

El programa que llevamos con Rodrigo me pareció de excelente calidad tanto en lo teórico como en lo práctico. Llenó las expectativas.

¿Cómo se aplicó lo aprendido?

Lo aprendido se aplicó para lo siguiente:

- Diagnostico de procesos de cara al cliente en punto de venta.
- Se mejoraron los procesos
- Ahorro en tiempo
- Mejora de la experiencia para el cliente y para los usuarios en tienda

Leonel Escobar
Gerente General
InterCrédito de Colombia*

*Financiera del Grupo Uribe ubicada en los locales de todas las marcas

CX Latam INSTITUTE

xcustomer 360

Certificación CXDM realizada en Ciudad de Panamá

"Excelente certificación, clara y precisa, la recomiendo 100%".

Jennifer Betancourt - Gerente de Mercadeo

ARS Palic (Rep. Dominicana)

Programa abierto - Ciudad de Panamá

Participantes de Costa Rica, Colombia, Rep. Dominicana, Honduras y Panamá

"Excelente expositor, material muy claro, excelente todo lo expuesto tanto de manera virtual como en el salón".

Gabriela Dutari - Gerente de Trade Marketing

Empresa Panameña de Alimentos (Panamá)

"La certificación en diseño y gestión de la experiencia del cliente me proporcionó las herramientas y conocimientos para implementar en mi empresa un modelo exitoso y práctico. Lo recomiendo! Excelente facilitador muy actualizado y profesional".

Lourdes Nivar Durán - Directora General

Grupo Macroinvest (Rep. Dominicana)

CX Latam
INSTITUTE
xcustomer
360
¡MUCHAS
GRACIAS!