UNIVERSIDAD DE PIURA

En alianza con insightLab

CURSO EMPRESARIAL

ESTRATEGIAS Y MÉTRICAS PARA

LA GESTIÓN DE CLIENTE

ONLINE SINCRÓNICO

POSGRADOS & FORMACIÓN CONTINUA

Ciencias económicas y empresariales

La creciente competencia y el riesgo de disrupción por parte de empresas digitales han elevado el costo de adquirir clientes. Por ello, fidelizar y mantener relaciones a largo plazo se convierte en una actividad clave para incrementar el valor de cada relación comercial.

La Universidad de Piura e InsightLab, consultora chilena especializada en datos y CRM, se unen para ofrecer el curso "Estrategias & Métricas para la Gestión del Cliente", este curso permitirá al participante diseñar programas de relacionamiento y estrategias de retención para incrementar en forma efectiva el “valor de vida del cliente”, utilizando técnicas y herramientas especializadas.

insightLab

Fomentamos el aprendizaje en áreas específicas: datos, estrategia, control de gestión, lealtad, innovación y tecnología.

Objetivos

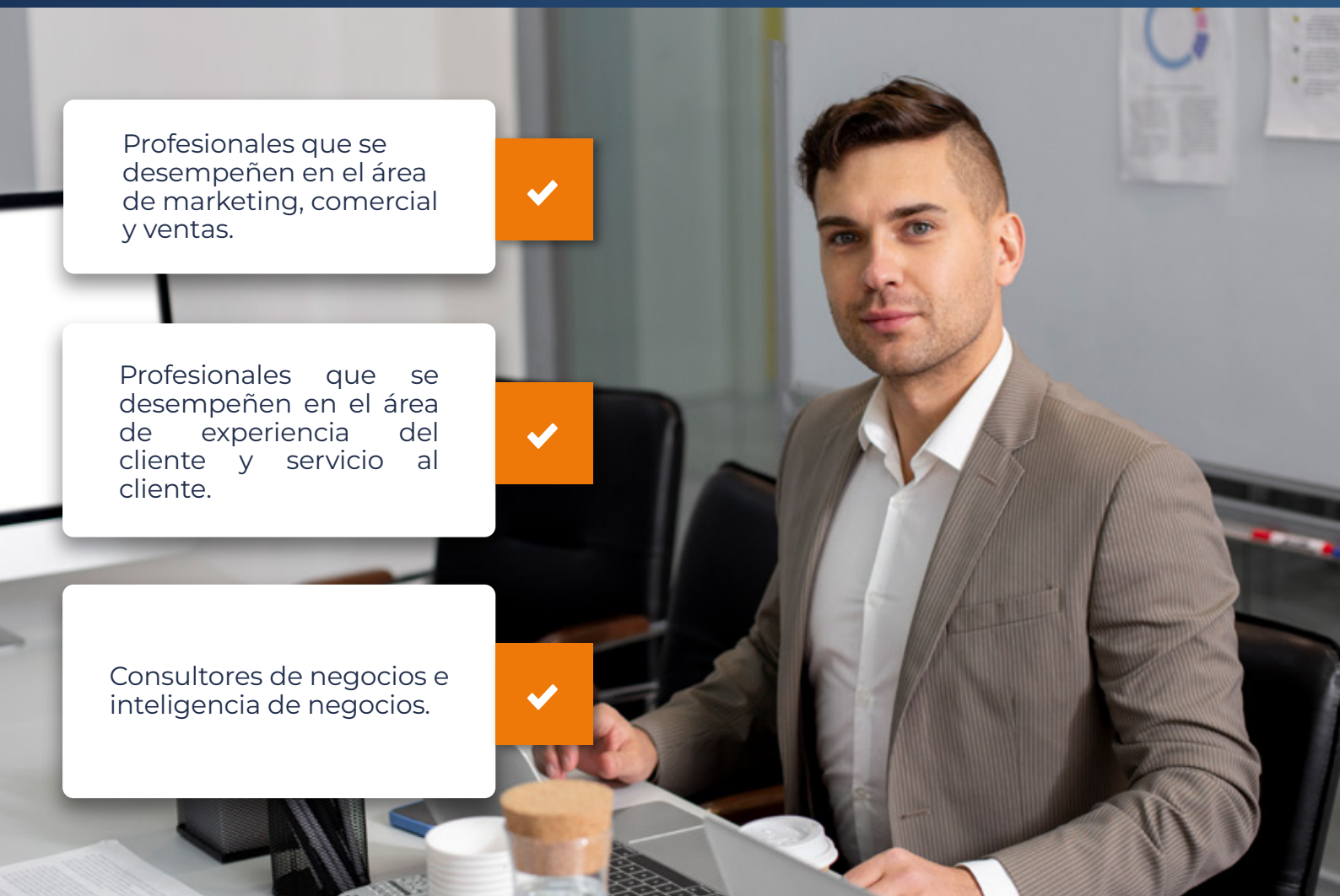
El objetivo central del curso es optimizar la experiencia del cliente mediante la implementación de estrategias efectivas y el uso de métricas precisas para medir y mejorar continuamente el desempeño del servicio al cliente.

- Desarrollar estrategias personalizadas que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes.
- Medir y analizar el desempeño del servicio al cliente mediante indicadores clave de rendimiento (KPIs).
- Comprender cómo los distintos indicadores –de corto y largo plazo– aportan al análisis de las estrategias de gestión de cartera.
- Administrar indicadores claves para la gestión del cliente, tales como: NPS, ISN, valor de vida del cliente, captura, retención y crecimiento.

- Administrar el “valor de vida del cliente” para la rotación del activo intangible de la organización.
- Trazar paneles de control que se enfoquen en los aspectos claves de la experiencia mediante “cuadros de mando”.
- Controlar Google Analytics y Looker Studio para la optimización de la estrategia digital de tu organización.

Perfil

Para todos aquellos que constantemente buscan medios que permitan demostrar el valor añadido que generan las estrategias de gestión de clientes, este programa les entregará una visión pragmática, junto con las herramientas para la ejecución táctica.



- Profesionales que se desempeñen en el área de marketing, comercial y ventas.
- Profesionales que se desempeñen en el área de experiencia del cliente y servicio al cliente.
- Consultores de negocios e inteligencia de negocios.

Cuando culmines el programa podrás:

- Comprender y administrar el contexto digital de los negocios y el “control de gestión de clientes” a partir de una mirada pragmática.
- Administrar el “valor de vida del cliente” para la rotación del activo intangible de la organización.
- Trazar paneles de control que se enfoquen en los aspectos claves de la experiencia mediante “cuadros de mando”.
- Diseñar sistemas de interacciones con clientes para alcanzar “modelos híbridos de servicio.

Certificación

Certificado de especialización: Se entregará a los participantes que hayan aprobado el curso con una nota mínima de 11.5 y cumplan con más del 80% de asistencia a clases.

Certificado de participación: Se otorgará a los participantes que no aprueben el curso, pero que cuenten más del 80% de asistencia a clases.

Cada institución (Universidad de Piura e InsightLab) emitirá el certificado de aprobación o participación correspondiente.

Plan de estudios

El nuevo cliente: Consumidor Omnicanal

- Comprensión del entorno de negocios y el impacto de la pandemia en el cliente, lo que está afectando la naturaleza de los negocios por un cambió asociado a la disrupción.

- Caracterización de las generaciones millennials y centenials, lo que se traduce en un cambio de paradigma en la satisfacción de las expectativas del consumidor, bajo la necesidad del diseño de estrategias de omnicanalidad por parte de las organizaciones.

- Involucramiento táctico en los componentes de la experiencia del cliente.

Programas de Relacionamiento y Métricas

- Claves para identificar los pilares del relacionamiento con clientes, que permita establecer estrategias de comunicación para mantenerse en contacto en forma más efectiva, diseñando sistemas de personalización de la oferta para exceder las expectativas del cliente.

- Cuál es el camino adecuado para la toma de decisiones basándose en datos, identificando las métricas claves de la experiencia de clientes y fidelización, junto a su aplicación.

Taller - Valor de Vida del Cliente y Cuadros de Mando

- Abordaremos relaciones entre el valor económico que representa el cliente para la organización y su ciclo de vida: captura, servicio, retención, crecimiento, sobre base de la satisfacción.

- Profundizaremos en cómo adquirir clientes en forma más temprana, ofreciendo soluciones a sus necesidades de manera más oportuna. Identificar capacidades de crecimiento en el nivel de actividad comercial con la empresa mediante mayores compras o menor sensibilidad al precio, para finalmente demorar el tiempo de abandono o término del ciclo de vida.

- Con esta herramienta es posible trazar, con mayor efectividad, la estrategia de retención o creación de valor con los clientes. Además, facilita el control de cumplimiento de objetivos.

Métricas Digitales y Analítica Web

- ¿Cómo medir correctamente una estrategia de Marketing Digital? ¿Por dónde empezamos? Son algunas de las preguntas que nos hacemos cuando enfrentamos desafíos para nuestras empresas. La única forma es comprender las métricas digitales, desarrollarlas y aprender a medir de manera eficiente.

- En este módulo entenderemos las principales métricas digitales, sus diferencias, explicaciones y cómo entender este mundo digital de manera fácil y práctica.

Taller - Google Looker Studio

- Google Analytics y Looker Studio son reconocidas como las mejores dashboards y control de mando. Por lo que aprenderemos a desarrollar informes de sitios web, aplicaciones y sitios mobile, que permitan que en pocos pasos los tomadores de decisiones puedan tener una visión estratégica de sus canales digitales.

Framework de métricas digitales - Sitios web y aplicaciones

- En este módulo conoceremos las principales herramientas de construcción de frameworks utilizando de referencia a Avinash Kaushik, creador de Google Analytics y Gemma Muñoz, reconocida creadora de “El Arte de Medir”.

- Además, desarrollaremos frameworks reales con casos de éxito concretos, para que así los alumnos puedan aplicarlos en sus negocios, empresas o emprendimientos.

Programas de Retención y Disminución de Fricciones

- Identificar los principales factores que inciden en el abandono de los clientes, para controlar los mitigantes mediante un enfoque proactivo, pero estableciendo una visión del enfoque reactivo.

- Conocer una serie de acciones que activan la retención y que construyen valor al cliente, con la profundidad que demanda analizar las fricciones o asperezas de los servicios que se entregan y que terminan “matando” la experiencia, traducido en un indicador como es el “esfuerzo del cliente” o Customer Effort Score.

Docentes:

Mgtr. Martín Cook

Trayecto

Magister en Finanzas e ingeniero por la Universidad de Chile. Cuenta con más de 20 años de experiencia gerencial en compañías nacionales y multinacionales, liderando Desarrollo de Productos, Omnicanalidad, Experiencia de Clientes, Transformación Digital y Analítica de Datos en Tecnología y Servicios Financieros.

Cristián Maulén

Trayecto

Ingeniero Comercial por la Universidad de Santiago de Chile. CEO de CustomerTrigger. Cuenta con más de 20 años de experiencia en gestión de clientes, datos y procesos. Profesional con una visión estratégica orientada a la implementación de tecnologías automatizadas e inteligencia de interacciones que aumenten el valor de vida del cliente.

Mgtr. Marcelo Iturriaga

Trayecto

MBA con mención en Dirección de Marketing Estratégico por la Universidad Mayor de Chile. Especialista en dirección comercial y growth hacker en marketing digital y comercio electrónico. Docente de marketing digital, monetización e inteligencia artificial.

Duración y Horario

Duración:
El programa consta de 30 horas cronológicas (para este producto no se tratarán horas lectivas por acuerdo con el partner).
100% virtual

Horario:
martes y jueves de 7:00 a 10:00 p.m.

INICIO
LUNES
07
ABRIL

Inversión

La inversión del programa es de: **S/ 2,500 soles.**

Descuentos

10% para egresados UDEP y 5% por dos o más participantes de una misma empresa. **Contáctanos y descubre nuestros descuentos individuales y corporativos.**

UNIVERSIDAD DE PIURA

Mejores personas, mejores profesionales

CAMPUS LIMA
Calle Mártir Olaya 162 Miraflores

969 261 515
ambar.torres@udep.edu.pe