TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Objetivos

1. Situar al cliente como eje del modelo de negocio, entendiendo como éste, al igual que los procesos de contacto/interacción con él, están cambiando debido a la digitalización.
2. Diseñar e implementar un plan de experiencia de cliente en todos los momentos de su relación con la empresa.
3. Optimizar el proceso de generación de tráfico con la introducción de nuevas herramientas de marketing digital.
4. Maximizar la ratio de conversión del funnel de venta a través de la adecuada gestión de los procesos de información, decisión, compra y entrega al cliente.
5. Conocer la evolución del proceso de compra para desarrollarlo de manera correcta.
6. Diseñar e implementar una satisfactoria experiencia de postventa que potencie la fidelización del cliente.
7. Aplicar los requisitos de propiedad y privacidad derivadas del entorno digital.

Parámetros de evaluación

1. Conocer el perfil del cliente en la nueva era digital.
2. Diseñar un plan de experiencia de cliente.
3. Conocer nuevas herramientas digitales para poder atraer clientes.
4. Analizar el proceso de información y decisión en la captación del cliente.
5. Analizar el proceso de compra y entrega en la captación del cliente.
6. Poder fidelizar al cliente a través del proceso de postventa.
7. Conocer el entorno legal en el manejo de datos del cliente.

Programa

Unidad 1. El cliente en la nueva era digital

1. El cliente en la nueva era digital
   - 1.1. Clientes siempre conectados: accesibilidad constante y expectativas de respuesta rápida
   - 1.2. Clientes bien informados: poder del social-media y expectativas de personalización
   - 1.3. Clientes empoderados: economía compartida y cambio de expectativas
2. Claves para conectar con el cliente de la era digital
   - 2.1. Personalización
   - 2.2. Omnicanalidad
   - 2.3. Transparencia
   - 2.4. Escucha activa

Unidad 2. Experiencia de cliente y de producto

1. Experiencia de cliente y de producto
   - 1.1. La Intersección de las Experiencias de Producto y Cliente
2. CX y estrategia de negocio: diferenciación competitiva y retención
3. ¿Cómo lo hacemos? ¿Por dónde empezamos?
   - 3.1. ACTO I- Identidad y propuesta de valor única e integral
   - 3.2. ACTO II- Segmentación y canales en modo feedback 24/7
4. Importancia del feedback en la experiencia de cliente
5. Buyer Persona + Customer Journey Map: la personalización de la experiencia de cliente

Unidad 3. Proceso de generación de tráfico

1. Atrayendo al cliente: el proceso de generación de tráfico
2. Cómo enfocar la generación de tráfico: el diseño del Buyer Persona

3. La generación de tráfico
4. Tendencias de Marketing para la generación de tráfico
5. Fuentes de tráfico web / app

Unidad 4. Captando al cliente I

1. Introducción
2. Proceso de información y decisión digital vs tradicional
3. Estrategia de generación de contenidos
4. Diseño de la fase de información y decisión
5. Importancia de los procesos de conversión
6. Herramientas de personalización
7. Analítica Digital para la toma de decisiones inteligentes

Unidad 5. Captando al cliente II

1. La evolución del proceso de compra y entrega
2. Organización y plataformas de eCommerce
3. Logística y entrega
4. Evolución de los sistemas de pago

Unidad 6. Proceso de postventa

1. Fidelizando al cliente
2. El proceso de postventa
3. Canales de atención postventa y digitalización
4. Satisfacción del cliente y análisis del “Customer Journey Map”

Unidad 7. Entorno legal: propiedad y privacidad

1. Introducción
2. Entorno Legal: Propiedad y Privacidad
3. Tratamiento de los Datos
   3.1. El consentimiento válido
   3.2. Finalidad y limitación del tratamiento
   3.3. Aviso de privacidad
4. Protección y Seguridad de la Información
   4.1. Base Legal para el Tratamiento de Datos
   4.2. Política de privacidad
   4.3. Seguridad de los Datos
   4.4. Notificación de Brechas de Seguridad
   4.5. Delegado de Protección de Datos (DPD)

Material desarrollado por

Carlos Ojeda Sánchez

MENTOR DE STARTUPS EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Experiencia profesional

CMO (NMKaleidoscope) 2022 - Actualidad.
Mentor de Startups en Transformación Digital (Andalucía Open Future) 2015 - Actualidad.
Coordinador Equipo Mentor y Mentor en T. Digital (Ideas Melilla) 2020 - Actualidad.
Mentor en Marketing Digital (Ceuta Open Future) 2022 - Actualidad.
Socio Fundador (BizDigital) 2015 - 2017.
Socio Fundador (Walnuters) 2011-2015.

Competencia docente

Docente de Marketing Digital y Tutor de Proyectos Emprendedores (ESIC).
Coordinador Académico de Posgrado en Social Media Marketing (Universidad de Sevilla).
Profesor en Formación Profesional y Tutor prácticas sector Tech y Videojuegos (FESAC).

Coordinador Académico Máster Sistema de Capacitación Emprendedora (Universidad de Sevilla).
Responsable de Formación In Company (Compass Orientación y Desarrollo).

Formación académica

Licenciado, Investigación y técnicas de mercado, Márketing (Universidad de Sevilla).
Licenciado, Derecho (Universidad de Sevilla).