



## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP

## Customer Experience Management Practitioner

Buenos Aires 06 al 10 de AGOSTO de 2018

“ Ser **#CXMP**

te habilita para implementar las mejores metodologías de Customer Management en cualquier organización.”



### ¿PARA QUIÉNES ES #CXMP?

Para empresarios, directivos e integrantes clave de las áreas comerciales, marketing, servicio al cliente, talento humano, y áreas de soporte organizacional.

INFORMES E INSCRIPCIÓN  
[certificacioninternacional@integrar-rrhh.com](mailto:certificacioninternacional@integrar-rrhh.com)

[www.integrar-rrhh.com](http://www.integrar-rrhh.com)

[www.elliderc.com](http://www.elliderc.com)

+54 9 11 2882 4640



## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP | Customer Experience Management Practitioner

### FACILITADORES #CXMP



**PABLO M BARASSI**  
CEO INTEGRAR  
CHANGE AMERICAS

“La función esencial del Liderazgo comienza con la centralidad del cliente y se sostiene en la Employee Experience”



**HUGO A SAENZ**  
CEO CLIENTIX

“Las fallas en la Experiencia del Cliente se deben a que existe una deficiente Arquitectura de Experiencias, es decir que los elementos y actividades que se requiere disponer para ejecutar los planes y estrategias en torno al cliente, están mal concebidos o son inexistentes.”

## ¿QUÉ ES #CXMP?

### CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

Es el programa que Habilita al Participante para utilizar su conocimiento y destreza en Diseñar, Implementar, Despegar e Innovar en entregar #Experiencias Extraordinarias a los clientes de una organización, haciendo uso de las mejores prácticas de Customer Experience Management a nivel mundial.

Media Partner



Powered by



### INSTRUCTOR INVITADO

**JUAN PABLO TRICARICO**  
CONSULTOR INTERNACIONAL  
CRM CX BPO Y BI







## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP

### Customer Experience Management Practitioner



## ¿QUÉ ES EXPERIENCIA DEL CLIENTE?

La Experiencia del Cliente  
NO ES MARKETING

Si hoy se detuvieran súbitamente todos los esfuerzos de marketing en su empresa, aún tendría clientes que seguirían viviendo una experiencia.

La Experiencia del Cliente NO ES SERVICIO AL CLIENTE

Aún si un cliente compra y usa un producto o servicio, sin interactuar con nadie en la organización, ha vivido una experiencia.

La Experiencia del Cliente NO ES EXPERIENCIA DE USUARIO

La experiencia de usuario se enfoca en interacciones con un entorno o dispositivo. Si las interacciones se dan cara a cara, también se vive una experiencia.

La Experiencia del Cliente NO ES CRM

El CRM es un modelo para gestionar las relaciones de una empresa con clientes actuales y futuros, cuando no existe una relación, aun así existe una experiencia.

“Experiencia del cliente (CX) es el conjunto de Pensamientos, Emociones, Sentimientos y Expectativas de un cliente al interactuar racional, física, emocional, subconsciente y/o psicológicamente con cualquier elemento de una organización.”

@HugoASaenz | CLIENTIX



## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP

Customer Experience  
Management Practitioner

### ¿PARA QUÉ SIRVE #CXMP?

Ser #CXMP lo habilita para implementar las mejores metodologías de Customer Management en cualquier organización, aplicando herramientas y conocimientos de Experiencia del Cliente de forma práctica y funcional. Al ser un #CXMP puede acceder a los nuevos cargos que el mercado está exigiendo, como Gerente, Director o Vicepresidente de Experiencia del Cliente.



## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP | Customer Experience Management Practitioner

### ¿PARA QUÉ OBTENERLA?

#### METODOLOGÍA

Certificación creada sobre arCXitecture. Una Metodología construida sobre más de 20 años de trayectoria.

#### APLICACIÓN PRÁCTICA INMEDIATA

Los contenidos están enfocados en que el participante implemente rápidamente las habilidades adquiridas.

#### COMPETITIVIDAD

Los conocimientos y destrezas que proporciona le permitirán ser más competitivo profesionalmente así como llevar a su organización a nuevos niveles de competitividad.

#### INNOVACIÓN

La innovación en la experiencia genera un nivel de compromiso más fuerte y duradero con su marca.

#### RESPALDO INTERNACIONAL

Certificación respaldada por la Sociedad Iberoamericana de CRM

#### ALCANCES

Los alcances de las habilidades y conocimientos obtenidos abarcan más áreas y procesos que marketing, ventas y servicio.

#### POSICIONAMIENTO

Las Emociones y Sentimientos generan un mayor recuerdo y una mejor posición en la mente de sus clientes.

#### RENTABILIDAD

Las economías de Lealtad aumentarán sustancialmente su rentabilidad por cliente.



## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP | Customer Experience Management Practitioner

## CERTIFICACIÓN CON UN DIFERENCIAL CLARO

### MEJORES PRÁCTICAS MUNDIALES

CLIENTIX ha participado en Proyectos, Publicaciones y Certificaciones, en más de 9 países y recopilado en investigación y en análisis las mejores disciplinas en torno a la gestión de experiencias del cliente.

### CERTIFICACIÓN VÁLIDA INTERNACIONAL

CHANGE AMERICAS ha desarrollado metodologías de certificación implementadas con éxito a más de 300 participantes en 4 países.

### INSTRUMENTOS

Cada bloque de la metodología se desarrolla por medio de instrumentos que permiten su fácil aplicación.

### CASOS DE REFERENCIA

Casos reales de diversas industrias y tamaños de empresas para apoyar el desarrollo del programa.

### COMUNIDAD

Acceso a la comunidad virtual con recursos, casos, templates e interacción entre participantes de Latinoamérica.



## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP | Customer Experience Management Practitioner

## METODOLOGÍA ArCXitecture

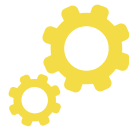
# arCXitecture<sup>©</sup>

Se ejecutan acciones sobre los cinco bloques de la metodología para obtener estrategias de Customer Management centradas en la rentabilidad y eficacia de las #ExperienciasExtraordinarias



### Clientes

Promesa de Valor  
Identificar y Perfilar,  
Conocer su  
Comportamiento,  
Medir su Lealtad  
y Valor.



### Procesos & estructura

Adecuar los procesos,  
roles y estructura  
para cumplir la  
promesa de valor.



### Gente & cultura

Transformar la cultura,  
desarrollar competencias y  
reenfocar esquemas de  
compensación.



### Datos, herramientas & tecnología

Definir la información  
necesaria. Desarrollar las  
herramientas de apoyo y  
seleccionar la tecnología  
adecuada.



### Estrategias de clientes

Planear y desarrollar la  
estrategia de clientes para  
generar lealtad.



## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP

Customer Experience  
Management Practitioner

### PREWORKS

Lecturas y Videos Online diseñados para entender los conceptos y metodología.

### WORKSHOPS

Talleres de desarrollo de los contenidos por medio de metodologías de aprendizaje.

A QUÉ TENDRÁ  
ACCESO EN LA  
#CXMP

### MENTORING

Soporte Consultivo en la comunidad para acompañar el proceso de construcción del primer proyecto CEM.

### EXPERIENCES

Desarrollo de experiencias, clínicas y simulaciones para desarrollar vivencialmente la metodología.

### BUSINESS CASES

Uso de casos de organizaciones en situaciones simuladas y comparadas con casos reales.



## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP | Customer Experience Management Practitioner

### ESTRUCTURA DEL PROGRAMA





## CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

# CXMP | Customer Experience Management Practitioner

### AGENDA

#### PREWORK: SEMANA DE PREPARACIÓN Y LECTURAS

DÍA 1

Warmup | Metodología CXMP | Quién y Qué  
Assesment Competencias Liderazgo de Experiencias  
Taller #EXPERIENCIAS EXTRAORDINARIAS  
Break - (No sabe lo que le espera!)  
Conceptos de Experiencia del Cliente  
Almuerzo  
Contexto de la Gestión de Experiencias  
Break - (Acá ya intuirá lo que viene)  
Metodología arCXitecture  
Taller arCXitecture  
Evaluación Experiencia Día 1

DÍA 3

Quiz N. 1 arCXitecture  
Customer Analytics  
Break - (Hoy pensarás diferente)  
Y esto cómo se aplica?  
Evaluación Experiencia Día 3.

DÍA 5

Quiz N. 3 arCXitecture  
Cuarta Dimensión arCXitecture  
Break - (Ahora empieza a tomar en cuenta sus pensamientos)  
Despliegue de Estrategia a Experiencia de Clientes  
Break - (Desde acá, empieza a sentirse diferente)  
La quinta dimensión  
Plan Proyecto.  
Evaluación Experiencia Día 5  
Y el papel del Mercadeo Relacional?  
Customer Experience Management 30's  
Examen presencial  
Break - (Ya sus sentimientos hacia esta disciplina están confirmados)  
Campaña de Marketing Relacional de su Proyecto  
Entrega Resultados  
Exámen de Certificación

DÍA 2

Taller  
Un Proyecto de Customer Experience Management  
Break - (Acá Sentirá...)  
Taller  
Almuerzo  
Conversaciones  
Neuroexperiencias  
Taller  
Break - (A esta altura, ya todos saben lo que siente)  
El centro de la Experiencia  
Primera dimensión arCXitecture  
Evaluación Experiencia Día 2

DÍA 4

Quiz N. 2 arCXitecture  
Segunda dimensión arCXitecture  
Break - (En este momento sus expectativas crecerán)  
Segunda dimensión arCXitecture  
Almuerzo - Networking  
Taller  
Break - (A esta hora, ya habrá definido sus expectativas)  
Tercera dimensión arCXitecture  
Evaluación Experiencia Día 4  
Taller