

Educación Continua

TECNOLÓGICO DE MONTERREY

Seminario

Diseñando experiencias de servicio wow

Duración 40 horas

Objetivo general:

Gestiona planes de relaciones de valor con clientes internos y externos mediante procesos de mejora que apoyen experiencias satisfactorias constructivas y rentables de largo plazo.

Beneficio:

1. Monitorear nuestras acciones de servicio
2. Identificar áreas de mejora y puntos positivos
3. Realizar un mapeo de procesos que lleven a experiencias concretas y sustentadas con el cliente
4. Se podrá identificar el costo de oportunidad de no ofrecer un buen servicio
5. Aprender nuevas formas de obtener procesos y servicios wow

Dirigido a:

Personas encargadas del departamento de servicio al cliente, customer care, área comercial y gerentes de servicios

Requisito:

Manejar un equipo de área de servicios o quienes reporten a un departamento comercial y de servicios o ser el encargado de servicio al cliente

Contenido:

Módulo 1 Globalización de los servicios, modelos de negocio de servicio

Conocer, entender y aplicar mejores prácticas de modelos de servicio para la empresa del participante

Contenido:

Temario

Módulo 1: Diseñando experiencias de servicio Wow

Tema 1: Globalización de los servicios, modelos de negocio de servicio

Objetivo: Conocer, entender y aplicar mejores prácticas de modelos de servicio para la empresa del participante

Contenido:

1. El mundo, la economía y la competitividad en los servicios
2. Plataformas de modelos de servicios
3. Best practices modelos de negocio exitosos

Tema 2: Customer design journey y mapeo de procesos de servicio

Objetivo: Empatizar con el cliente mediante el conocimiento y facilidad de los puntos de contacto de la empresa y el cliente

Contenido:

1. Blue print de servicios
2. Mapas de empatía
3. Desing thinking del servicio

Tema 3: El cliente interno

Objetivo: Empatizar con el cliente interno para elevar la productividad entre áreas

Contenido:

1. Procesos entre departamentos, rompiendo los silos.
2. Empatía entre generaciones: Millenials. Centenials y seniors en equipo
3. Halocracia: el nuevo paradigma de servicio interno

Tema 4: Uso de las TIC s y Business analytics para medir el servicio

Objetivo: Medir las experiencias de servicio acorde a datos de satisfacción y escalas de monitoreo de actitudes

Contenido:

1. Business analytics y los puntos de contacto
2. Modelo servqual para mediciones de servicio
3. Las TICs en apoyo a la creación de bases de datos
4. Cómo obtener datos e insights de servicio de la cadena de suministro desde el proveedor hasta el consumidor.

Tema 5: Estrategias de servicio Wowcross plataforma

Objetivo: Desarrollar estrategias de servicio cross plataformas B2B, B2C, C2C, B2G, P2P: H2H

Contenido:

1. Rentabilización del servicio como diferenciador de la compañía
2. Modelo Disney
3. Modelo Zappos
4. Modelo Amazon
5. Creación de tu propio modelo de desarrollo de estrategias de servicio

Duración: 40 hrs.

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 2 Customer Design Journey (CDJ) y mapeo de procesos de servicio

Temario

Duración del módulo: 8 horas

Módulo 3 El Cliente Interno

Temario

Duración del módulo: 6 horas

Módulo 4 Uso de las TIC s y Business Analytics para medir el servicio

Temario

Duración del módulo: 10 horas

Módulo 5 Estrategias de servicio WOW cross plataforma

Temario

Duración del módulo: 8 horas