

<b>CURSO</b>	<b>ESTRATEGIA EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE</b>
--------------	---

<b>FECHAS</b>	<b>4 y 5 Agosto</b>	<b>HORARIO</b>	<b>16:00 – 19:30</b>
<b>DURACIÓN</b>	<b>2 tardes</b>	<b>MODALIDAD</b>	<b>Presencial</b>
<b>MATRÍCULA</b>	<b>70 €</b>	<b>LUGAR</b>	<b>Gijón</b>

### OBJETIVOS DEL CURSO:

- Obtener los conocimientos que permitan comprender de forma completa la gestión de la Experiencia de Cliente en las Organizaciones.
- Aprender las herramientas y conocimientos fundamentales para gestionar la Experiencia de cliente.
- Conocer las metodologías para poner en práctica la gestión de la Experiencia de cliente de forma autónoma.

### CONTENIDOS FORMATIVOS:

- Entendiendo al Nuevo Consumidor.
- Estrategia en la Experiencia de Cliente.
- Los fundamentos del análisis y la segmentación de clientes.
- Arquetipos / Buyer Persona.
- Diagnóstico de la experiencia.
- Innovación y Diseño de Experiencias de Cliente.

Las empresas que proporcionan **una mejor experiencia, crecen claramente por encima de la media** de sus sectores y al revés. Las que proporcionan una peor Experiencia sufren el efecto contrario.

Lo podéis ver en el **Informe sobre el Estado de Madurez de la Experiencia de Cliente realizado por BCG y la Asociación de Desarrollo de Experiencia de Cliente**, basado en más de un millón y medio de entrevistas en más de 30 países y sectores. ([2014-Informe-Experiencia-de-Cliente-BCG-DEC-Global.pdf](http://2014-Informe-Experiencia-de-Cliente-BCG-DEC-Global.pdf) ([asociaciondec.org](http://asociaciondec.org)))

El mayor crecimiento en ventas de las empresas con una buena experiencia se explica por tres factores:

- **Los clientes con una buena Experiencia gastan más o contratan más productos.** Por ejemplo, en alimentación, el 96% de los clientes que ha tenido una buena Experiencia con su distribuidor realiza más de un 50% de su compra en dicho distribuidor, frente al 4% de aquellos que han tenido una mala Experiencia.

- **Los clientes con una buena Experiencia tienen una menor tasa de abandono.** Por ejemplo, sólo el 8% de los clientes con buena Experiencia en banca estaría dispuesto a cambiarse de banco, de los cuales tan sólo un 10% está buscando activamente mejores ofertas. En contraste el 80% de los que han tenido una mala Experiencia desea abandonar la entidad, y ya un 64% está activamente buscando otro banco.
- **Los clientes con una buena Experiencia recomiendan y captan nuevos clientes:** ¿Cuál es la fuente de información que más se utiliza en todo el mundo a la hora de decidirse por un nuevo producto o servicio? Efectivamente: las recomendaciones de amigos y familiares, seguidas de las opiniones de consumidores “independientes” en foros, blogs o webs.

Por tanto, **teniendo una buena Experiencia de Cliente no sólo mejoramos la fidelidad, sino también la atracción.** Nos gusta contar las buenas experiencias, y tenemos más medios que nunca a nuestro alcance.

En España, **el 62%** de los consumidores **basamos nuestras decisiones de compra en las recomendaciones de familiares y amigos**, y un **40%** en **opiniones de consumidores “independientes”** expresadas digitalmente en foros, blogs, etc.

En definitiva, **invertir en CX es la mejor estrategia de negocio que podemos implementar.** No sólo desde un punto de vista financiero, de retorno, sino también a nivel de aportación de valor a nuestros clientes... como ya se está demostrando en todos los países y sectores, con aquellas empresas que ya lo están trabajando.

## IMPARTE:

### APERTIA CONSULTING

[www.apertia-consulting.com](http://www.apertia-consulting.com)

---

### MIGUEL Á. MORÁN

[mamoran@alavareyes.com](mailto:mamoran@alavareyes.com)

## FORMADOR:



Diplomado en CC.EE. por la Universidad de Oviedo.

Licenciado en I.T.M. por la Universidad Autónoma de Madrid y PDD por el IESE.

Director de Marketing en Apertia Consulting.

Profesor de marketing en el Máster de Gestión Aeroportuaria de la Universidad Politécnica de Madrid y del de Psicología General Sanitario de la Universidad Alfonso X el Sabio.

Acreditado como Coach por ASESICO.

Twitter: @mamorancueto

LinkedIn:

[linkedin.com/in/miguelangelmorancueto](https://www.linkedin.com/in/miguelangelmorancueto)