

ESCUELA
DE NEGOCIOS



UAI
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

POSTGRADOS UAI

DIPLOMADO EN EXPERIENCIA DE CLIENTES



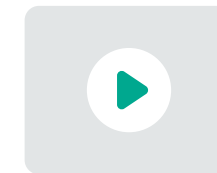


**ALCANZA LA EXCELENCIA EN
LA GESTIÓN DE EXPERIENCIA
DE TUS CLIENTES**





**CREAR VALOR TRANSFORMANDO
LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES,
MEDIANTE EL DISEÑO Y LA GESTIÓN
DE EXPERIENCIAS RELEVANTES,
DIFERENCIADORAS Y SOSTENIBLES**



VER VIDEO

Rodrigo Morrás

Director Académico

MAGÍSTER EN MATEMÁTICA,
UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA



Bienvenida

Los acontecimientos sociales de los últimos años han profundizado la baja confianza de los clientes en las empresas. ¿Cómo podemos recuperarla?

Lograr la excelencia en la gestión de experiencias exige transformar la manera de mirar las dinámicas económicas y sociales, tanto del mercado como del interior de la organización.

El Diplomado en Experiencia de Clientes entrega una nueva forma de mirar las relaciones con los stakeholders asociados, mediante herramientas y metodologías adecuadas, a fin de construir organizaciones centradas en el cliente. Este es un desafío que ayudará a los alumnos/as a convertirse en líderes de la transformación, que inevitablemente vivirán las empresas.

Este programa es realizado por la Escuela de Negocios de la UAI y es apoyado por el Centro de Experiencias y Servicios (www.cesuai.cl). Dicho centro de investigación permite a los estudiantes acceder a diferentes actividades como presentaciones y workshops durante todo el año y así aplicar contenidos a empresas y casos reales.

A través de un enfoque práctico, el Diplomado en Experiencia de Clientes está orientado a crear y desarrollar en sus estudiantes, criterios para la toma de decisiones en los negocios.

¿Por qué este programa?



1

TRAYECTORIA

En nuestra versión N°27 del programa, recopilamos los métodos de aprendizaje más exitosos utilizados en la trayectoria del diplomado y en el desarrollo de la disciplina.



2

PROGRAMA APOYADO POR EL CES

Este programa es apoyado por el Centro de Experiencias y Servicios de la UAI. Esto permitirá a los estudiantes acceder a diferentes actividades realizadas por el CES durante todo el año, y a ser parte del Congreso Internacional en Experiencia de Clientes.

3



DOCENTES ESPECIALIZADOS

El cuerpo docente del programa está compuesto por consultores especializados, con una vasta experiencia real además de haber trabajado en empresas del rubro, como ejecutivos o consultores.

4



METODOLOGÍA PRÁCTICA

El diseño de este diplomado se centra en la práctica. Durante el programa y, en especial en el proyecto de término, se pretende transferir a nuestros estudiantes las capacidades para realizar análisis exhaustivos y diagnósticos acertados para intervenir en las organizaciones.

5



VIAJE DE TRANSFORMACIÓN

Una invitación a transformarse. Este programa invita a las personas a vivir y a experimentar, en sus propias capacidades, lo que debe aplicar en su organización, a través de interesantes contenidos y experiencias.



Centro de Experiencias y Servicios (CES) de la Escuela de Negocios UAI

Este Diplomado cuenta con el apoyo y soporte del Centro de Experiencias y Servicios (CES) de la Escuela de Negocios de la UAI, el cual trabaja con empresas y organizaciones que buscan mejorar su competitividad y sustentabilidad, desde el fortalecimiento de sus relaciones con consumidores y clientes.

Por lo tanto, los alumnos tendrán la oportunidad de participar de forma preferencial en las actividades que realiza el centro durante el año, en las que podrán observar diversas prácticas y experiencias de las organizaciones líderes en el área de servicios. Además, accederán de manera anticipada y preferencial a los programas de investigación del CES.

El CES nace el 2015 con la misión de transferir conocimientos y metodologías a las organizaciones que promuevan la innovación, diseño y gestión de experiencias para mejorar su sustentabilidad desde el fortalecimiento de sus relaciones y vínculos.



“ El programa me entregó muchas ventajas en la vida profesional, pero también en los roles de clientes internos. Sea un superior o un empleado, uno siempre tiene a alguien con quien tiene que satisfacer sus expectativas”.



Manuel Campos
Analytics & AI, Strategic
Leadership Deloitte Canadá

¿Qué vas a lograr?

OBJETIVO GENERAL

Transformar el paradigma con el que los participantes observan el fenómeno de interacción entre estructuras, empleados y clientes, y proveer desde esta nueva mirada herramientas para gestionar e innovar en la cadena de valor de sus organizaciones.

Asimismo, diseñar experiencias y servicios de alta diferenciación, y articular sistemas de servicios y experiencias tanto internos como externos, para hacer sostenible la ventaja competitiva.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar habilidades para entender las expectativas y percepciones de los clientes, y convertirlas en oportunidades de negocio.
- Adquirir habilidades que permitan diseñar nuevas formas de innovación para el desarrollo de productos o servicios, así como también nuevas formas de dirección de los sistemas prestadores de tales servicios.
- Aprender un modelo de diseño y administración, que integre al cliente y al empleado como elementos principales y determinantes en el sistema de servicio.
- Diseñar modelos que permitan la participación del cliente en las etapas de diseño, producción y gestión, para la creación de bienes experiencia.
- Desarrollar herramientas para la medición, análisis y mejora de los servicios prometidos en la comercialización de los bienes de la empresa, permitiendo asegurar su cumplimiento.
- Integrar a la estrategia global, las áreas y/o sistemas de servicios de una empresa.

“ El Diploma en Experiencia de Cliente de la UAI me brindó habilidades especiales para el desempeño de mi labor. Asimismo, la ágil metodología experiencial te da magníficas herramientas para medir los indicadores, conocer a nuestros clientes y entregarles cada vez la mejor experiencia”.



Verónica García
Gerente de Clientes Clínica
Bupa Santiago

Metodología

EL DIPLOMADO CUENTA CON UN ENFOQUE PRÁCTICO, ORIENTADO A CREAR Y DESARROLLAR CRITERIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LOS NEGOCIOS. SE APLICAN LAS SIGUIENTES METODOLOGÍAS PARA LA FORMACIÓN DE EJECUTIVOS:



CLASES LECTIVAS

Nuestro cuerpo de profesores expone el marco filosófico, conceptual y teórico de cada materia, lo cual se complementa con las preguntas, observaciones, aportes y discusiones de los participantes. Su objetivo es dar a conocer las últimas tendencias en negocios, así como compartir las experiencias y mejores prácticas de otras industrias y empresas.



EJERCICIOS INDIVIDUALES O GRUPALES

Se realizan para ejercitar y reforzar los conocimientos y habilidades desarrolladas durante el diplomado.



CONTROLES DE LECTURA

Se aplican controles de lectura, mediante preguntas abiertas y cerradas para complementar las clases lectivas. Su objetivo es enriquecer el análisis y la discusión de las clases.



ESTUDIOS DE CASOS

Se realizan presentaciones de casos de empresas reales o ficticias, que posteriormente son analizadas y resueltas individual y/o grupalmente, sobre la base de los modelos, conceptos y técnicas desarrolladas en las clases lectivas.

Su finalidad es crear y desarrollar criterios de análisis que permitan tomar decisiones óptimas, de acuerdo a las características de cada situación. Su enfoque se centra en capacitar a los alumnos para detectar y analizar problemas (diagnóstico) y tomar decisiones sobre los mismos (acción).



EXÁMENES

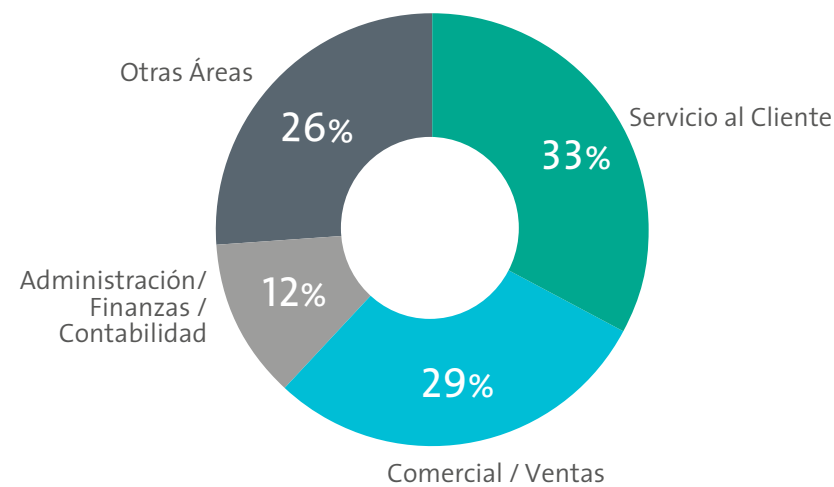
Los participantes del diplomado deben rendir pruebas individuales sobre las materias estudiadas, a fin de certificar el conocimiento adquirido y las habilidades desarrolladas.



Perfil de nuestra sala

- Profesionales responsables de la gestión, mejora y desarrollo de los servicios y experiencias ofrecidas por las empresas a sus clientes, tanto del ámbito comercial y marketing, como también de gestión de personas, logística y operaciones.
- Profesionales que gestionan el servicio interno y que forman parte de la cadena de valor, así como de la construcción de la experiencia de los clientes: RRHH, tecnología, logística, abastecimiento y operaciones.

¿EN QUÉ ÁREAS TRABAJAN NUESTROS/AS ESTUDIANTES?



RANGO DE EDAD



“ Gracias al diplomado aprendí a utilizar herramientas que tienen que ver con mediciones, y que permiten mantener el entorno implementado, controlado y monitoreado. Cuando comienzas a centrar las iniciativas y el trabajo en el cliente, obviamente que te encuentras que sin estos elementos, como el prototipo, el diseño o una buena implementación, todo se desmorona. Porque hemos estado mucho tiempo acostumbrados a instalar prácticas desde la necesidad de la compañía y no de los clientes”.



Francisco González
Subgerente de Experiencia de Clientes en Lipigas

Malla curricular

DIPLOMADO EN EXPERIENCIA DE CLIENTES

1

PRINCIPIOS DE SERVICIOS Y EXPERIENCIAS

Objetivos del módulo

Al finalizar los alumnos estarán en condiciones de:

- Comprender y hacer conciencia de la relación entre las estructuras del cerebro y el comportamiento humano
- Comprender y explicar el fenómeno de los paradigmas y las emociones, en el comportamiento de las personas.
- Entender la naturaleza distintiva de los bienes de servicio y bienes experiencias y el nuevo paradigma directivo que impone a su gestión.
- Visualizar el valor creado en la relación empleado cliente desde una perspectiva ética social y económica.
- Entender los principales enfoques o modelos para la gestión de bienes superiores.

2

CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES

Objetivos del módulo

Al finalizar los alumnos estarán en condiciones de:

- Comprender e integrar en la gestión y el diseño de un servicio la visión y perspectiva de los clientes.
- Aplicar enfoques y herramientas que permitan conectarse con las expectativas y percepciones de los clientes hacia el servicio de la empresa.

3

GESTIÓN DE SISTEMAS DE EXPERIENCIAS Y SERVICIOS

Objetivos del módulo

Al finalizar los alumnos estarán en condiciones de:

- Conocer la naturaleza y características particulares de los servicios y sus implicancias en la administración de sus operaciones.
- Identificar los elementos centrales de las operaciones en organización de bienes de servicios y experiencias.
- Desarrollar la capacidad de gestión de un sistema de entrega de servicios y experiencias.

4

DISEÑO DE SERVICIOS Y EXPERIENCIAS

Objetivos del módulo

Al finalizar los alumnos estarán en condiciones de:

- Identificar los conceptos y elementos centrales del diseño de servicios y experiencias.
- Experimentar la aplicación de un proyecto de diseño de un servicio, en base a las herramientas entregadas en el módulo.

5

CULTURA, CLIMA Y COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES

Objetivos del módulo

Al finalizar los alumnos estarán en condiciones de:

- Reconocer el rol de la administración del recurso humano en las empresas de servicio.
- Aplicar estrategias de gestión del recurso humano en empresas de servicio.
- Explicar el fundamento ético del servicio.

6

INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE SERVICIOS

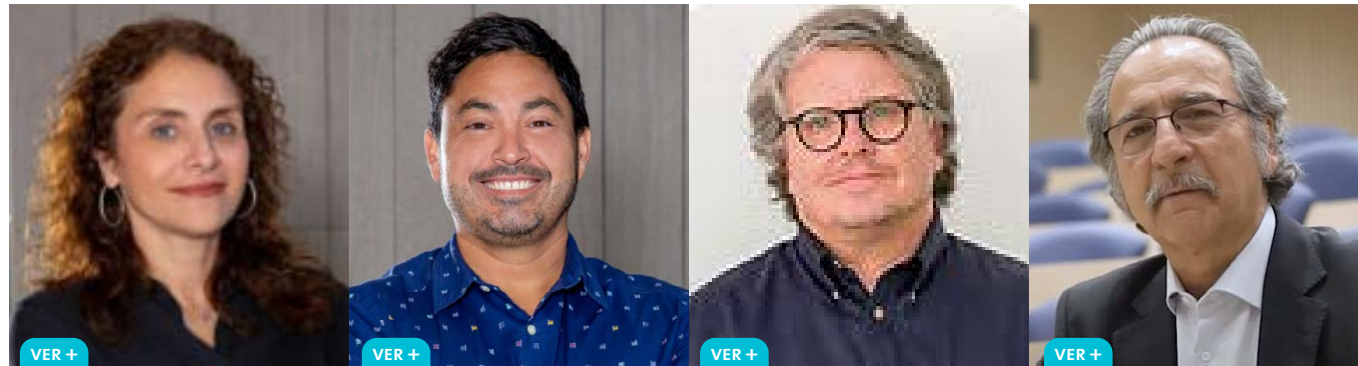
Objetivos del módulo

Al finalizar los alumnos estarán en condiciones de:

- Reconocer el rol estratégico de la tecnología de información en una empresa de servicio



¿Quiénes te acompañarán?



Anitza Cabezón
MÁSTER EN DIRECCIÓN Y DESARROLLO DE SERVICIOS, UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ.

Claudio López
MBA Y MÁSTER EN DIRECCIÓN Y DESARROLLO DE SERVICIOS, UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ.

Claudio Mundi
ADMINISTRADOR PÚBLICO, UNIVERSIDAD DE CHILE. DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIO, UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ.

Rodrigo Morrás
MAGÍSTER EN MATEMÁTICA, UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA.



Patricio Polizzi
MBA, UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ. PSICÓLOGO, UNIVERSIDAD DE CHILE.

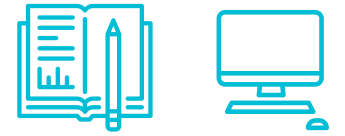
Claudio Robles
MBA, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE. MÁSTER EN DIRECCIÓN Y DESARROLLO DE SERVICIOS, UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ.

Gerson Volenski
MBA, UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ.



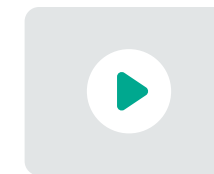
* Este listado de profesores podría ser modificado.

Modalidad



FORMATO BLENDED

Este programa impartirá algunas de sus clases en formato presencial, siempre que las condiciones sanitarias dispuestas por la Autoridad así lo permitan. En caso contrario, las clases presenciales se realizarán en formato En vivo online (vía Zoom).



VER VIDEO



Información General



INICIO: Abril
DURACIÓN: 8 meses



DÍAS Y HORARIO

Clases Online (Zoom): miércoles de 9:00 a 13:30 hrs.
Clases Presenciales: 7,8 y 9 de mayo, 21 de agosto, 12 de septiembre, 26, 27, 28 de noviembre, 11 de diciembre, de 9:00 a 19:30 hrs.



SEDE PEÑALOLÉN

Av. Diagonal Las Torres 2700, Peñalolén, Santiago.

SEDE VITACURA

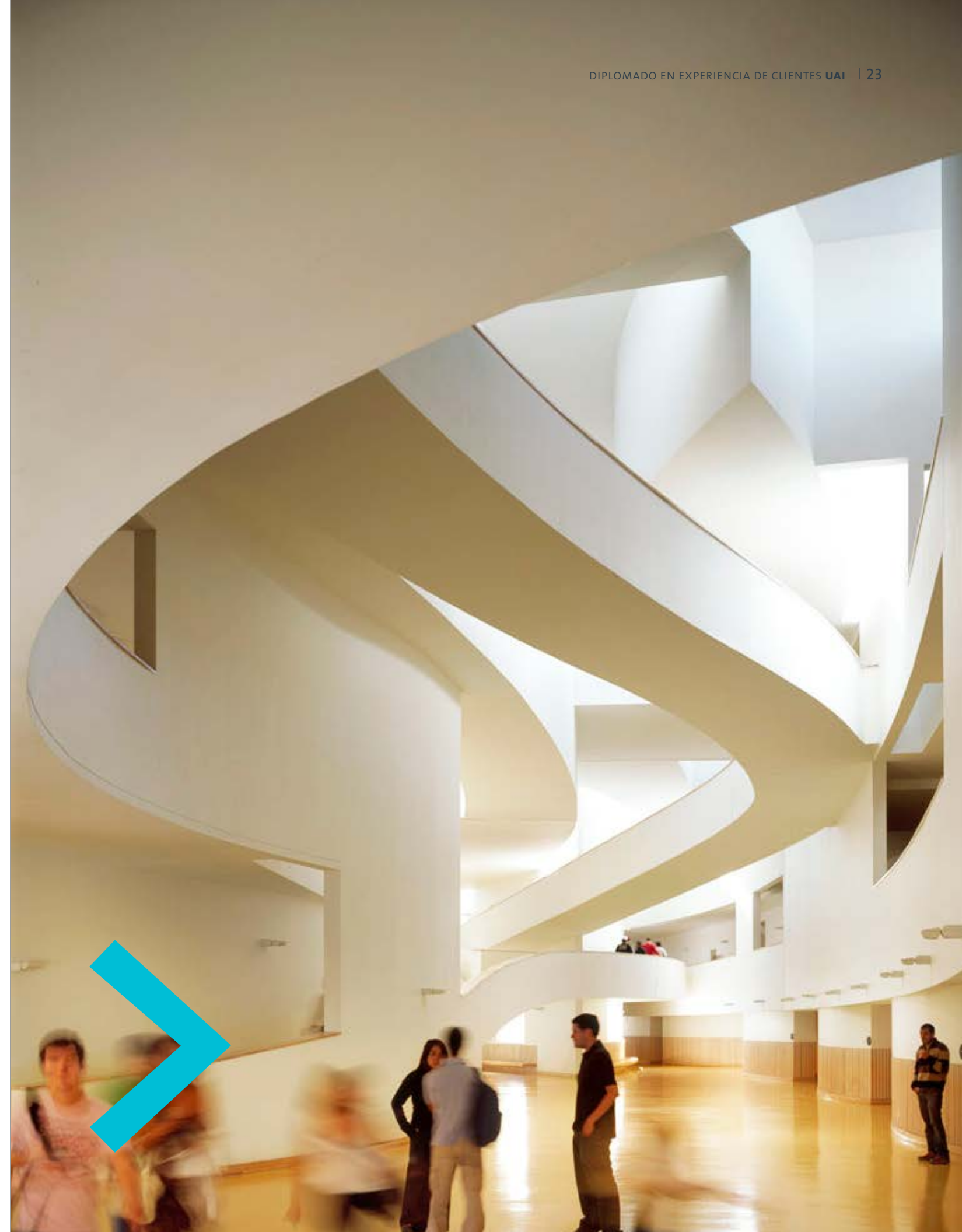
Av. Santa María 5870, Vitacura, Santiago.

MAYOR INFORMACIÓN >



ADMISIÓN

Soraya Hammad
soraya.hammad@uai.cl
+569 6278 4651



¿Por qué la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez?



REFERENTE
EN NEGOCIOS

- Una de las Escuelas de Negocios más prestigiosas de América Latina.
- Pioneros en Educación de Alta Dirección en América Latina.
- Única en Chile avalada por la Triple Corona de Acreditaciones Internacionales.



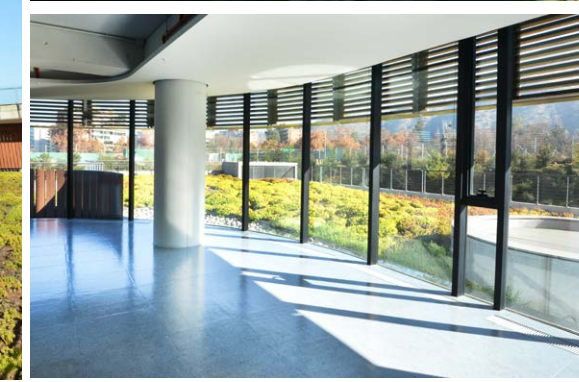
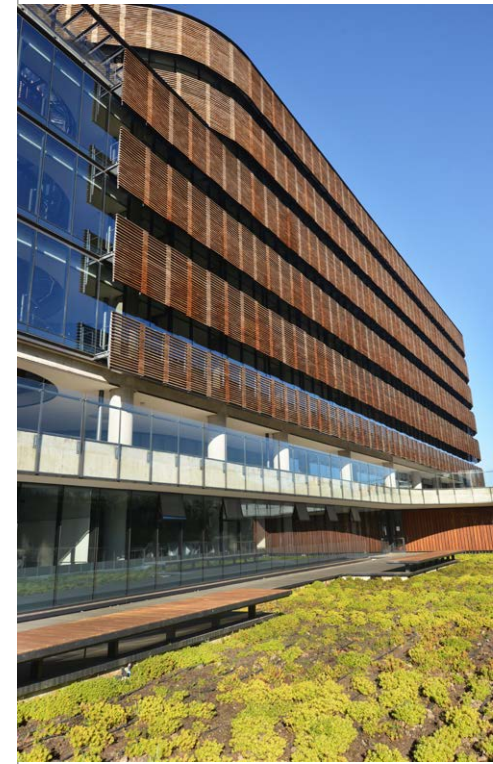
FACULTY
INTERNACIONAL

- Reconocido por su enfoque práctico, que combina vanguardia académica con aplicabilidad real.
- Investigación de clase mundial, respaldada por el mundo corporativo y el sector público.



COMUNIDAD
VIBRANTE

- Un lugar para ampliar tus redes de negocios e intercambiar ideas y oportunidades.
- Accede a actividades de investigación, emprendimiento y aprendizaje que involucran a alumnos, profesores, empresas y sociedad civil.



ESCUELA
DE NEGOCIOS



POSTGRADOS UAI

DIPLOMADO EN EXPERIENCIA DE CLIENTES

MAYOR INFORMACIÓN



ADMISIÓN

Soraya Hammad

soraya.hammad@uai.cl

+569 6278 4651

WWW.UAI.CL



UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ
ACREDITADA EN TODAS LAS ÁREAS

NIVEL: EXCELENCIA
ÁREAS: GESTIÓN INSTITUCIONAL, DOCENCIA DE
PREGRADO, DOCENCIA DE POSTGRADO,
INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN CON EL MEDIO
DESDE 14/10/2021 HASTA 14/10/2027

TRIPLE CORONA DE ACREDITACIÓN INTERNACIONAL



Pensar con libertad

EMPRENDER TU PROPIO CAMINO