

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Simulación práctica de un proyecto de experiencia de cliente

Descripción: Cada sector evoluciona a un ritmo distinto y las tendencias en experiencia de cliente tienen puntos comunes a todos los sectores, así como también características específicas que debemos conocer para integrar en nuestro diseño estratégico. Como consecuencia de la complejidad de cesión de datos personales de clientes por parte de las empresas, desarrollamos un formato práctico que nos permita trabajar un bloque fundamental de este máster cómo es el análisis de la experiencia de cliente sin necesidad de solicitar datos confidenciales de cliente. Esta práctica consistirá en trabajar sectores estratégicos y pioneros en experiencia de cliente para realizar un estudio sectorial con clientes que participen de forma voluntaria, con el fin de identificar los principales retos en experiencia de cliente a los que se enfrentan estos sectores.

Los sectores que se trabajarán en esta práctica serán principalmente:

Turismo: Experiencia hotelera

Seguros: Experiencia de cliente vinculada a la renovación de producto

Telecomunicaciones: Experiencia de cliente vinculada al cambio de compañía

Educación: Experiencia de cliente en entornos telemáticos

Salud: Experiencia de cliente en entornos telemáticos

Automoción: Experiencia de cliente vinculada a la compra de un coche

Otros sectores que utilicen la experiencia de cliente como estrategia

A través de esta asignatura, los alumnos pondrán en práctica las diferentes técnicas aprendidas durante el resto del programa, haciendo uso de metodologías y herramientas utilizadas durante el curso.

Además, se programarán durante el desarrollo del máster entre 3 a 5 seminarios sectoriales con profesionales de diversos ámbitos que explicarán la aplicación práctica de la experiencia de cliente en sus empresas.

Para el estudio sectorial se trabajará en grupo y se le asignará un sector específico.

Cada uno de los grupos tendrá que realizar tareas aplicándolas a su sector, entre las que podrán encontrarse:

- Diseño del plan de captación de perfiles de cliente a participar en el estudio
- Diseñar modelos de entrevistas en profundidad adaptadas al tipo de cliente y figura a entrevistar
- Diseño de focus group adaptados por grupo de clientes
- Realización y análisis de focus group digital y entrevistas

- Analizar toda la recogida de información cualitativa y elaboración de un resumen ejecutivo
- Realizar un breve diagnóstico digital
- Diseño de un cuestionario de medición de cada momento del Customer Journey
- Identificación de los principales KPI's a medir
- Realización de un diagnóstico cuantitativo
- Identificación y diseño de los arquetipos de clientes identificados por sector

Cada grupo aportará unos entregables y realizará una exposición ante miembros de un jurado compuesto por profesionales de diversos ámbitos que trabajan con la experiencia de cliente. El jurado decidirá qué equipo ha realizado el mejor proyecto y realizará una valoración de todos los trabajos presentados

Se valorará:

- La adecuación técnica aplicada en el diseño de materiales para la recogida de información
- El nivel de profundidad del análisis de información realizado
- La relevancia del contenido seleccionado y expuesto en los 4 entregables

Cada grupo entregará:

- Resumen ejecutivo de la fase cualitativa
- Diagnóstico digital
- Diagnóstico cuantitativo
- Retratos robot-arquetipos de cliente por sector

Como complemento formativo a la asignatura, durante el curso los estudiantes participarán en cinco seminarios que reforzarán lo visto en el master, específicamente evaluando los aspectos en que puedan haber surgido dudas en la implementación sectorial y los prepararán para obtener la certificación que lo acredita como Profesional en Experiencia de Cliente.

La referida Certificación Profesional en Experiencia de Cliente desarrollada por la Asociación DEC, ofrece a cualquier persona que trabaje en este ámbito una garantía de su conocimiento teórico y práctico avalada por la primera y más relevante organización española sin ánimo de lucro que promueve esta disciplina.

Carácter: Obligatoria

Créditos ECTS: 6 ECTS

Modalidad: Online

Competencias:

CE3. Definir los proyectos necesarios para la ejecución del plan global de experiencia de cliente en un entorno empresarial.

CE4. Organizar los equipos de proyectos de experiencia de cliente en relación a figuras clave y roles para su eficiente ejecución.

CE7. Elaborar documentos con directrices claras para el desarrollo digital de iniciativas y servicios de cliente.

CE8. Diseñar un plan de innovación a través del uso de técnicas de creatividad, partiendo del conocimiento del cliente.

CE10. Diseñar un sistema de voz de cliente y escucha activa a través de canales online y offline para la mejora continua de la experiencia de cliente.

CE11. Analizar de forma relacionada la información de negocio y experiencia de cliente para conocimiento de su rentabilidad y la toma de decisiones de negocio.

CE12. Elaborar resúmenes ejecutivos para la presentación de resultados de la implantación del plan de experiencia de cliente en entornos directivos.

CE14. Analizar las principales tendencias e innovaciones de experiencia de cliente por sector para su incorporación en la estrategia de experiencia de cliente y acciones que componen el plan.

Actividades Formativas:

ACTIVIDAD		HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases Expositivas.		17	100%
Clases prácticas	Estudios del caso	5	100%
	aprendizaje basado en problemas (ABP)	5	
	simulación.	5	
Tutorías.		10	60%
Trabajo autónomo.		100	0%
Prueba Objetiva Final.		2	100%

Metodologías docentes:

Lección Magistral (Participativa o no participativa)	El profesor facilita al estudiante herramientas para facilitar el aprendizaje activo y que este adquiera las competencias asignadas a la materia. El estudiante interviene, complementando o dando feedback a la exposición del profesor
Estudios de casos.	El profesor facilita al estudiante herramientas para facilitar el aprendizaje activo y que este adquiera las competencias asignadas a la materia.
Resolución de problemas	La finalidad de esta metodología es favorecer la consecución de un grado elevado de autonomía intelectual mediante un planteamiento concreto formulado por el profesor.
Trabajo cooperativo	Metodología basada en el trabajo en equipo, el profesor propicia la interacción entre estudiantes, a través de esta metodología se adquieren competencias transversales y habilidades interpersonales.
Diseño de Proyectos.	Se realizan propuestas de intervención específica en el marco de la asignatura.
Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado.

Sistema de Evaluación:

SISTEMA		PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación del Portfolio	Estudio del Caso	10	15
	Resolución de problemas	10	15
	Diseño de Proyectos	15	25
Evaluación de la Prueba.		40	60