



Customer Centricity. Qué es y cómo hacerla realidad

La colección está enfocada en promover a las empresas el cambio hacia un modelo de negocio enfocado en el cliente como estrategia esencial y base. El curso cubre áreas esenciales para la comprensión del Customer Centricity tales como la segmentación del cliente (modelos de buyer persona), el conocimiento del funnel de compra, el entendimiento y formación de un mapa de experiencias del cliente, cómo dirigirnos y tener un patrón de comunicación efectivo a través de la omnicanalidad. Cubrirá también la definición y aplicación del NPS (Net Promoter Score).

¿QUÉ APRENDERÁS?

- Entender el significado de Customer Centricity.
- Cómo articular la Customer Centricity.
- Aprender nociones de disciplinas y conceptos clave utilizados en Customer Centricity como
- Segmentación de clientes, Omnicanalidad, Customer Experience, Funnel de compra, NPS y
- Customer Journey.
- Aprender a activar una organización Customer Centric oriented.
- Medir el resultado que la Customer Centricity aporta a un negocio.

CONTENIDOS DE LA COLECCIÓN

- El cliente prioritario
- Buyer persona
- Productos y servicios segmentados
- Fases del funnel de compra
- Interacción con el cliente
- Una experiencia omnicanal
- Customer journey mapping
- Facilitadores
- Customer intelligence y CRM
- KPIs
- Nivel de madurez
- Ejemplos de empresas exitosas

Delivery: learningCloud sprint

Developed: ie

Skills: Customer experience, Customer journey, Organizational skills, Sales channels, Sales processes

Skillsets: Customer Centricity

Temática: Marketing y Ventas, Negocios

Translation_priority: Opcional

Duration: 240 minutes

License: annual

Languages: es