

Programa de especialización en
**Dirección de CRM y
Customer Experience
(CX) - 2° Edición**



ONLINE



16 DE ABRIL



*Aprende a crear conexiones
duraderas con tus clientes*



Programa de Especialización en Dirección de CRM y Customer Experience (CX) - 2° Edición

*Conviértete en un experto
en construir relaciones
sólidas y duraderas con
tus clientes.*



Este programa de especialización **aborda la necesidad crítica de dominar tanto el CRM como el CX para construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes en el panorama digital actual.**

La gestión de la relación con el cliente (CRM) y la experiencia del cliente (CX) son fundamentales para el éxito. El CRM abarca las estrategias para administrar las interacciones con los clientes, mientras que el CX se enfoca en la percepción total que tienen sobre su experiencia con la marca.

Sin embargo, **existe una brecha en la formación que integre ambos conceptos para ofrecer una experiencia de cliente excepcional.**

Esta integración efectiva de CRM y CX brinda múltiples beneficios, **como la retención de clientes, mayor satisfacción, oportunidades de ventas cruzadas y la recopilación de datos valiosos** para tomar decisiones centradas en el cliente.



**Programa
ideal
para**

Profesionales en el área de marketing, ventas y servicio al cliente, así como gerentes y directores **interesados en mejorar la experiencia del cliente en sus organizaciones.**

Beneficios *principales*

- **Emprende iniciativas de manera creativa** y realiza propuestas para el desarrollo y la sostenibilidad de las organizaciones donde se desempeña, sean del sector privado, público o social.
- **Realiza propuestas de mejora innovadoras** y resuelve problemas demostrando un pensamiento sistémico y crítico.
- **Proyecta estrategias a largo plazo** y actúa en el corto plazo, generando valor en las organizaciones en donde se desempeña.
- **Diseña, evalúa, implementa y monitorea** proyectos efectivamente.
- **Organiza y recopila información** para comprender las necesidades y expectativas del público objetivo de la Organización en donde se desempeña, desplegando estrategias comerciales y de comunicación.
- Establece conexiones con **expertos y organizaciones** del ecosistema digital.
- **Certificate** a nombre de la universidad que lidera la educación superior en nuestro país.

Domina las estrategias de vanguardia en CRM y CX para crear experiencias inolvidables que cautiven a tus clientes





Lidera un proyecto de un plan de Marketing Digital y Ventas Integrado

A lo largo del programa, los participantes trabajarán en la construcción de un proyecto que culminará con un plan de marketing digital y ventas integrado.

Esta metodología les permitirá acercarse a los desafíos prácticos del marketing digital y la gestión comercial, desarrollar habilidades para generar soluciones innovadoras y aumentar su productividad mediante un uso intencionado de herramientas tecnológicas.

Asesoría con mentores expertos

Se dará soporte a través de respuesta a preguntas, retroalimentación sobre entregables y discusión ante problemas o preocupaciones. Retroalimentación formativa y sumativa para ayudar a los participantes a mejorar a lo largo del curso.

Aprende con Casos Reales

Análisis de casos y talleres prácticos, donde los participantes podrán experimentar con herramientas digitales y aplicarlas a sus propios proyectos. Sesiones de charlas con profesionales invitados líderes de la industria, académicos reconocidos o profesionales con proyectos innovadores en CRM/CX.



¿Por qué
confiar
en nosotros?



Líderes
en
educación

La PUCP acreditada como
la mejor universidad en el
Perú y la mejor en
Negocios y Administración
por el QS World University
Rankings.



Educación Continua de la FGAD
se basa en una metodología que
fusiona la **teoría y práctica con
casos reales** a través de:



Retos de gestión



MasterClass



Sesiones inmersivas



Pasantías



Fortalecer
tu red de
contactos



Mentoría
personalizada y
práctica



Plana docente
experta en el
área



Plana docente
calificada
internacional

Estructura del programa



1 Fundamentos

Unidad 1: Fundamentos del CRM y la Experiencia del Cliente **(09 horas)**

Unidad 2: Liderazgo Transformacional y Gestión del Cambio en CRM y CX **(09 horas)**

Unidad 3: IA y Tecnologías Emergentes en CRM y CX Sostenible **(12 horas)**

Unidad 4: Plan de Marketing Digital Integrado **(12 horas)**

2 Marketing Relacional

Unidad 1: Herramientas y Tecnologías de CRM **(15 horas)**

Unidad 2: Análisis y Segmentación del Cliente **(12 horas)**

Unidad 3: Comunicación y Servicio al Cliente en la Era Digital **(12 horas)**

3 Experiencia del Cliente

Unidad 1: Diseño de la Experiencia del Cliente **(12 horas)**

Unidad 2: Estrategias de Fidelización y Retención **(15 horas)**

Unidad 3: Medición de la Experiencia del Cliente **(12 horas)**

5 MESES - 120 HORAS ACADÉMICAS

Sesiones: Lunes y Miércoles de 7:00 a 10:00 PM



Módulo 1: Fundamentos

M1 FUNDAMENTOS DEL CRM Y LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Este curso teórico-práctico introduce los principios fundamentales del Customer Relationship Management y la Experiencia del Cliente, enfocándose en cómo las estrategias de CRM y CX pueden alinearse para maximizar la satisfacción y fidelidad del cliente. A través del estudio de casos y aplicaciones teóricas, los estudiantes aprenderán a aplicar estas estrategias en contextos reales, asegurando un desarrollo equilibrado y extensivo de los temas fundamentales.

M1 LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y GESTIÓN DEL CAMBIO EN CRM Y CX

Este curso teórico-práctico explora el impacto del liderazgo transformacional y la gestión efectiva del cambio en la implementación exitosa de estrategias de CRM y CX. A través de un enfoque teórico-práctico, los estudiantes examinarán casos reales y desarrollarán habilidades para liderar y gestionar el cambio dentro de sus organizaciones, fomentando una cultura centrada en el cliente que respalde la adopción de nuevas prácticas y tecnologías.

M1 IA Y TECNOLOGÍAS EMERGENTES EN CRM Y CX SOSTENIBLE

Curso práctico que aborda la integración de inteligencia artificial y otras tecnologías emergentes en las estrategias de CRM y CX. Los estudiantes investigarán cómo la IA, el Big Data y el Internet de las Cosas (IoT) pueden ser utilizados para innovar y mejorar las interacciones con los clientes. A través de análisis de tendencias y aplicaciones prácticas, el curso prepara a los participantes para liderar la transformación digital en sus respectivas industrias, enfocándose en la sostenibilidad y la adaptación a futuras innovaciones.

M1 PLAN DE MARKETING DIGITAL INTEGRADO

El taller de proyecto final es de naturaleza práctica. Los estudiantes aplicarán de manera integral los conocimientos adquiridos en el programa para abordar un problema real o hipotético, demostrando su capacidad para diseñar e implementar estrategias efectivas de CRM y CX. El taller fomenta la creatividad y el pensamiento crítico, permitiendo explorar soluciones innovadoras, evaluando su impacto en la relación con el cliente y la optimización de la experiencia del usuario asegurando que sean sostenibles y escalables.

Módulo 2: Marketing Relacional

M2 HERRAMIENTAS Y TECNOLOGÍAS DE CRM

Este curso práctico profundiza en las herramientas y tecnologías avanzadas de CRM, examinando cómo se integran y gestionan los datos para optimizar las interacciones con los clientes. Los estudiantes se familiarizarán con los sistemas de CRM modernos, su implementación y el impacto en la gestión de relaciones con los clientes, con una cobertura detallada de cada tecnología y su aplicación práctica.

M2 ANÁLISIS Y SEGMENTACIÓN DEL CLIENTE

Este curso práctico se centra en métodos de análisis y segmentación de clientes. Los estudiantes aprenderán a interpretar y aplicar técnicas de análisis para segmentar el mercado utilizando criterios demográficos, psicográficos y conductuales, lo que les permitirá diseñar estrategias de marketing y personalización más efectivas. A través de ejercicios prácticos y estudios de caso, los participantes desarrollarán habilidades para mejorar la toma de decisiones y la implementación de campañas orientadas al cliente.

M2 COMUNICACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE EN LA ERA DIGITAL

servicio al cliente adaptadas al entorno digital. Los estudiantes aprenderán a utilizar eficazmente las herramientas digitales y plataformas en línea para mejorar la interacción y satisfacción del cliente. El curso aborda cómo implementar estrategias comunicativas efectivas alineadas con las expectativas del consumidor, enfatizando en la agilidad y personalización.



Módulo 3: Experiencia del Cliente

M3 DISEÑO DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Curso teórico-práctico que proporciona las herramientas y métodos para diseñar estratégicamente experiencias de cliente impactantes. Los participantes aprenderán a mapear la experiencia del cliente, identificar puntos de contacto clave y diseñar interacciones que generen valor y satisfacción. El curso incluye proyectos prácticos que desafían a los estudiantes a aplicar lo aprendido en escenarios reales, asegurando una comprensión profunda de cómo crear y gestionar experiencias memorables.

M3 ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN

Este curso teórico-práctico se centra en las técnicas y estrategias efectivas para la fidelización y retención de clientes en el contexto del CRM. Los estudiantes aprenderán a diseñar y aplicar programas de lealtad, analizar patrones de comportamiento del cliente, y desarrollar iniciativas que incrementen la retención y la satisfacción del cliente.

M3 MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Este curso teórico-práctico se enfoca en las metodologías y herramientas esenciales para la medición efectiva de la experiencia del cliente. Los estudiantes aprenderán a diseñar y aplicar encuestas de satisfacción, utilizar métricas clave de rendimiento (KPIs), y analizar datos de feedback de clientes para evaluar y mejorar continuamente la experiencia ofrecida.



Conoce a tus docentes



JESSICA GUERRERO

*Conferencista internacional
Martech*

FORMACIÓN

Executive Master en Marketing y Ventas por ESADE Business School de Madrid, España.

EXPERIENCIA

Tiene más de 13 años de experiencia, ha trabajado en puestos de dirección en ventas en BBVA, Movistar y Entel. Ha sido docente de pregrado y cursos de microlearning en diferentes escuelas nacionales y en los últimos 6 años en marketing digital para su propia consultora Jg Digital. Además de ser docente en educación continua en UCAL, da formación a medida para empresas y es conferencista internacional.



RICARDO VARGAS

*CEO en AgencUX
Manager en
N Studio*

FORMACIÓN

Magister en docencia universitaria y gestión educativa por la UTP. Bachiller en Artes, con especialidad en Diseño Gráfico por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Diplomado en Marketing digital y Negocios por internet en la Universidad Ricardo Palma. Especializaciones en UX, Scrum Master y Customer Experience - CX Design and Management en Toulouse Lautrec, UNI y Pacífico Business School respectivamente.

EXPERIENCIA

Ha trabajado como coordinador académico de innovación en Toulouse Lautrec y ha sido mentor en diversos concursos de innovación y de Laboratorio. Es docente en cursos de UX, diseño e innovación en PUCP, USIL y UCAL. Actualmente es UX Manager en N Studio y trabaja para marcas como Ripley, Divemotor, Kimberly Clark, MALL, entre otras.



**DIANA GARCÍA
URBINA**

*Product Owner
Clínica Internacional*

FORMACIÓN

MBA en el TEC de Monterrey, MBA, Administración y gestión de empresas, general, Bachiller en Administración de Negocios Internacionales y Negocios internacionales por la UPC.

EXPERIENCIA

Experiencia de 10 años en producto, innovación, customer experience y gestión comercial en los rubros de Banca, Seguros y en los últimos años Salud Digital. Amplio conocimiento en diseño, prototipado y lanzamiento de proyectos costo eficientes, procesos y *journeys* persuasivos, ideados con el propósito de la satisfacción del usuario y el escalamiento de los mismos en empresas como BBVA, Rímac Seguros y Clínica Internacional.



**GISELLA
ESQUIVEL**

*Managing Director en
Atomikal Consultant
Agency*

FORMACIÓN

EMBA de la escuela de negocios de INCAE y UAI, con especialización en Finanzas por la escuela de negocios Centrum e Interaction Design por UC San Diego University. Estudio de Business Data Analytics por Harvard Business School. Ingeniera de Software de la PUCP.

EXPERIENCIA

Más de 17 años liderando proyectos de transformación digital y de gestión de la mejora continua del negocio, apoyado en las tecnologías y el poder de la data. Ha participado en proyectos en Perú, Costa Rica, Chile, Brasil, Paraguay, Bolivia y Argentina. Certificación PMP Professional, Scrum Master, Scrum Product Owner, DevOps Master, ITIL, Google Analytics, Salesforce, Adobe Marketo, Adobe Journey Optimizer, entre otros.



**MIGUEL SALDAÑA
ORRILLO**

*Key Account
Manager en Niubiz*

FORMACIÓN

Máster en Marketing y Ventas por ESADE. Licenciatura en Ingeniería Industrial y de Sistemas por la Universidad de Piura.

EXPERIENCIA

9 años de experiencia en áreas de ventas y gestión de cuentas. Ha desempeñado roles como analista y ejecutivo de ventas en el sector B2B, desarrollando aptitudes en gestión de cuentas, fidelización de clientes y gestión de relaciones con clientes. Actualmente, ocupa el cargo de Key Account Manager en Niubiz, donde continúa manejando la gestión para empresas B2B.



Inicio

16 de
abril

Fin

15 de
octubre

MODALIDAD: ONLINE SINCRÓNICO

SESIONES: LUNES Y MIÉRCOLES DE 7:00 A 10:00 PM

INVERSIÓN

PÚBLICO GENERAL

S/. 6,900

COMUNIDAD PUCP

10% dcto.

S/. 6,200

ALUMNI GESTIÓN

25% dcto.

S/. 5,175

PREVENTA

hasta 15 de marzo

S/. 5,490



Diners Club
INTERNACIONAL

En 3, 6 o 9
CUOTAS SIN INTERESES

BBVA

Hasta en 12
CUOTAS SIN INTERESES

CONTACTO

Teléfono: +51 17483555

Correo: educacion.continua@pucp.edu.pe

[Clic para hablar por WhatsApp](#)



[LINK DE INSCRIPCIÓN](#)

