EDUCACIÓN CONTINUA PUCP

Facultad de Gestión y Alta Dirección

Programa de especialización en

Estrategia y Gestión de CRM y Customer Experience

Inicio:
6 de noviembre

Modalidad:
Online

Duración:
4 meses

APRENDE A CREAR CONEXIONES DURADERAS CON TU CLIENTE

2° edición

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ RUC: 20155945860

Programa de Especialización en

Estrategia y Gestión de CRM y Customer Experience

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 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.
- **Certifícate** a nombre de la universidad que lidera la educación superior en nuestro país.

PUCP

CERTIFICADO

Vista preliminar

La Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica del Perú certifica que:

< NOMBRES > < PRIMER APELLIDO > < SEGUNDO APELLIDO >

aprobó satisfactoriamente el Programa de Especialización en Dirección de CRM y Customer Experience CX, desarrollado del 24 de setiembre del 2024 al 31 de marzo del 2025 con un total de 120 horas.

Lima, < Fecha de publicación >

Vista preliminar al:

Metodología

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.

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 Gestión PUCP se basa en una metodología que fusiona la **teoría y práctica con casos reales** a través de:

- **Retos de gestión**
- **MasterClass**
- **Sesiones inmersivas**
- **Pasantías**

*No todas estas "actividades" están incluídas en todos los productos de EC FGAD. Varían de acuerdo a la propuesta de los productos.

- Fortalecer tu red de contactos
- Mentoría personalizada y práctica
- Plana docente experta en el área
- Plana docente calificada internacional

Estructura del *programa*

Metodología práctica | **Clases virtuales sincrónicas** | **Networking**

1	Customer Experience y CRM Essentials	9 horas
2	Procesos y Tecnologías de CRM	9 horas
3	Analítica y Segmentación de clientes	12 horas
4	Customer Journey Map	12 horas
5	Plan de CRM y CX integrado	12 horas
6	Estrategias de Fidelización y Retención	9 horas
7	Métricas de la Experiencia del Cliente	9 horas
8	Liderazgo en CRM y Customer Experience	9 horas
9	IA aplicada a CRM y Customer Experience	12 horas

4 MESES - 93 HORAS ACADÉMICAS

Sesiones Online: Martes y Jueves de 7:00 a 10:00 PM

*El orden de dictado de los cursos podría estar sujeto a cambio.

Malla *Curricular*

1 CUSTOMER EXPERIENCE Y CRM ESSENTIALS — 9 horas

Este curso teórico-práctico introduce los principios fundamentales del Customer Experience y del Customer Relationship Management. Los participantes comprenderán cómo las estrategias de CX y CRM así como el análisis y construcción del buyer persona permiten maximizar la satisfacción y fidelidad del cliente. A través del estudio de casos y aplicaciones teóricas, los participantes aprenderán cómo diseñar, implementar y optimizar experiencias centradas en el cliente en contextos reales, asegurando así un desarrollo equilibrado y extensivo de los temas fundamentales.

2 PROCESOS Y TECNOLOGÍAS DE CRM — 9 horas

Este curso práctico se centra en la adopción y aplicación práctica de las últimas herramientas y tecnologías en CRM. Los participantes aprenderán a optimizar procesos relacionados a CRM a través de la utilización de diferentes plataformas, automatización de procesos así como la gestión de datos de clientes. A través del curso, se estudiarán casos prácticos y tendencias emergentes en CRM, lo que permitirá a los participantes identificar, adaptar y utilizar de forma estratégica las tecnologías más apropiadas para alcanzar objetivos organizacionales propuestos.

3 ANALÍTICA Y SEGMENTACIÓN DE CLIENTES — 12 horas

Este curso práctico se centra en técnicas avanzadas de análisis y segmentación de clientes. Los participantes aprenderán a interpretar y aplicar técnicas de análisis para segmentar el mercado utilizando criterios demográficos, psicográficos y conductuales, con el objetivo de diseñar y optimizar estrategias de marketing, ventas y servicio. Mediante ejercicios prácticos y estudios de caso, los participantes fortalecerán sus capacidades para tomar decisiones más efectivas e implementar campañas centradas en el cliente.

4 CUSTOMER JOURNEY MAP — 12 horas

Este curso teórico-práctico proporciona las herramientas y métodos para diseñar estratégicamente experiencias significativas centradas en el cliente. A través del análisis de principios de diseño centrado en el usuario, los participantes aprenderán a mapear la experiencia del cliente, identificar puntos de contacto clave y diseñar interacciones que generen alto valor y satisfacción. El curso incorpora proyectos prácticos aplicados que retan a los estudiantes a poner en práctica los conocimientos adquiridos en contextos reales, asegurando una comprensión sólida del diseño y la gestión de experiencias memorables.

5 PLAN DE CRM Y CX INTEGRADO — 12 horas

En este curso de naturaleza práctica, los participantes integrarán y pondrán en práctica 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 innovadoras, sostenibles y escalables para así mejorar la relación y experiencia con el cliente.

6 ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN — 9 horas

Este curso teórico-práctico combina fundamentos teóricos con casos prácticos y se enfoca en técnicas y estrategias efectivas para lograr la fidelización y retención de clientes en el ámbito del Customer Relationship Management y el Customer Experience. A lo largo del curso, los participantes adquirirán conocimientos para crear, implementar y controlar programas de lealtad, analizar el comportamiento del cliente y desarrollar iniciativas de marketing que contribuyan a mejorar la retención y fidelización, para generar valor sostenible para la organización y sus clientes.

7 MÉTRICAS DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE — 9 horas

Este curso teórico-práctico se enfoca en las metodologías y herramientas esenciales para la medición efectiva de la experiencia del cliente. Se profundiza en los sistemas y metodologías de medición de la experiencia del cliente (CX) lo que permite que los participantes aprendan 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. Los participantes aprenderán a interpretar y aplicar estas métricas en contextos reales, vinculados con los objetivos estratégicos de la organización.

8 LIDERAZGO EN CRM Y CUSTOMER EXPERIENCE — 9 horas

Este curso teórico-práctico explora el impacto del liderazgo y la gestión efectiva del cambio en la implementación exitosa de estrategias de CRM y CX. Se exploran los principios del liderazgo transformacional, el rol del líder como agente de cambio, y las dinámicas organizacionales que ayudan a movilizar equipos hacia una cultura organizacional centrada en el cliente. Mediante el análisis de casos reales y dinámicas interactivas, los participantes desarrollan habilidades para promover procesos de cambio orientados al cliente y gestionar la incorporación de nuevas tecnologías.

9 IA APLICADA A CRM Y CUSTOMER EXPERIENCE — 12 horas

Este curso teórico-práctico explora las últimas innovaciones en Inteligencia Artificial y tecnologías emergentes aplicadas al CRM y Customer Experience, con un enfoque en la sostenibilidad. Los participantes aprenderán a evaluar y aplicar soluciones tecnológicas avanzadas que mejoren la experiencia del cliente mientras consideran su impacto ambiental y social. El curso culmina con la integración de estos elementos en el proyecto final, preparando a los participantes para liderar la transformación digital en sus organizaciones de manera responsable y sostenible.

EDUCACIÓN CONTINUA PUCP

Facultad de Gestión y Alta Dirección

Inicio

06 *de noviembre*

Fin

24 *de marzo*

MODALIDAD: ONLINE SINCRÓNICO

MARTES Y JUEVES DE 7:00 A 10:00 PM

INVERSIÓN

PÚBLICO GENERAL		S/. 5,600
COMUNIDAD PUCP	*10% dcto.*	S/. 5,040
ALUMNI GESTIÓN	*25% dcto.*	S/. 4,200
PREVENTA	*20% dcto.*	S/. 4,480

Diners Club INTERNATIONAL

Hasta 12 Cuotas sin intereses

BBVA

Hasta 12 Cuotas sin intereses

Scotiabank

En 3,6,9 o 12 cuotas sin intereses

Convenios de tarjetas válido hasta 31 de agosto del 2025

CONTACTO

Clic para hablar por WhatsApp

LINK DE INSCRIPCIÓN