



EDUCACIÓN
CONTINUA
PUCP

Facultad de Gestión
y Alta Dirección

Programa de especialización en

Estrategia y Gestión de CRM y Customer Experience



Inicio:
23 de abril



Modalidad:
Online



Duración:
4 meses

**APRENDE A CREAR CONEXIONES
DURADERAS CON TU CLIENTE**



3°

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 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
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 incluidas 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.

**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.



Conoce a tus docentes*

Coordinadora Académica



Master en Marketing de la Universidad de Lund Suecia

PAMELA LOZANO

Master en marketing de la Universidad de Lund en Suecia y Licenciada en Administración de empresas de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Profesional con amplia experiencia en la implementación y manejo de soluciones comerciales, e-commerce y marketing. Mi experiencia previa trabajando en diversas organizaciones del sector social, cooperación internacional y privado en países como Perú, Francia y Bélgica me ha permitido desarrollar un enfoque en el liderazgo de equipos multiculturales y multifuncionales.

Docentes



Procesos y Tecnologías de CRM

MELISSA CALVACHE

Con más de 14 años de experiencia en la industria farmacéutica y de retail liderando equipos de ventas, servicio al cliente y transformación digital. Actualmente se desempeña como Omnichannel manager y Trade Marketing lead en Abbott EPD Chile, conectando sus principales marcas con los profesionales de la salud mediante experiencias digitales y presenciales. Ha gestionado equipos de servicio al cliente en FEMSA Salud y Farmacias Cruz Verde Chile y además es Coach Ontológico Profesional, especializada en coaching organizacional y Diplomada en Estrategias comerciales y omnicanalidad de la Pontificia universidad Católica de Chile. Su enfoque combina innovación, estrategia y desarrollo de talento.



**Analítica y Segmentación
de clientes**

GIULIANA CARRANZA

Senior Executive Professional, con 28 años de experiencia, 15 años de los cuales ha venido desempeñando roles de liderazgo corporativo en definir y ejecutar las estrategias de Data Management en organizaciones como Pfizer (Perú, Ecuador y Bolivia), Yanbal International, Grupo El Comercio, Niubiz, Culqi. Industrias diversas, perspectivas varias y muchos aprendizajes.

Comprometida con la misión del “data-onboard”; es decir, posicionar el valor de los datos en las organizaciones, de cara a transformarlas en data-driven así como también, potenciar los equipos de trabajo con los roles adecuados y promover su desempeño y desarrollo profesional.

Adicionalmente, es docente a tiempo parcial en la Pontificia Universidad Católica del Perú en el nivel de postgrado; tiene a cargo los cursos de Big Data, Business Analytics, Data Science y Marketing Analytics. Speaker internacional promoviendo el valor de los datos en la comunidad de Chief Data Officer en Latinoamérica.



**Plan de CRM y CX
integrado**

IGNACIO MARTINEZ

Gestor y estratega de marca internacional, facilitador de ventas, growth hacker certificado, consultor de startups y docente en marketing digital. Maestría en Marketing y Gestión Comercial por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Bachiller en Comunicaciones con mención en Publicidad por Pontificia Universidad Católica del Perú. Fue director digital y digital Planner para agencias como Grupo Vital Perú, Atomikal Marketing Digital y Play Producciones; Gerente de marketing regional en Chazki, Marketing Lead en Productos Paraíso del Perú y docente de Marketing digital en PUCP y UPC. Speaker en eventos del ecosistema emprendedor.



Customer Journey Map

ELIZABETH BAYES

Consultora independiente, facilitador de Future Startup Hero y mentor en Bioincuba. Bachiller de Ingeniería Industrial de la Universidad de Lima. Especialización en gestión por procesos, proyectos e innovación. Experiencia en salud, banca y consultoría. Ha sido founder & CPO de INN Culture agencia de innovación. Con especializaciones y educación ejecutiva en CENTRUM PUCP, Universidad de Andalucía, Universidad de Salamanca, Triggers Card, IDEO U, Darden Executive Education, University of Virginia Darden School of Business y MIT.



**Métricas de la Experiencia
del Cliente**

ALEJANDRA FERRÚA

Experta en gestión y desarrollo de productos digitales. Ingeniera Industrial por la Pontificia Universidad Católica del Perú y Magíster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por la UPC, con especialización ejecutiva en Marketing por Kellogg Executive Education. Con vasta experiencia en productos digitales y liderando equipos de desarrollo. Actualmente es Product Owner en Yape – Banco de Crédito del Perú, donde dirige la creación, desarrollo, lanzamiento y coordinación de la postventa de productos digitales, con el objetivo constante de mejorar la experiencia del usuario y la eficiencia de los procesos.



**Strategy & Marketing
Manager**

CHRISTIAN ASTE

Ejecutivo senior en Marketing. Experto en diseño de la oferta de valor, comunicación digital & tradicional, gestión de segmentos, experiencia-cliente y fidelización. MBA en Marketing por ESAN, Master en Marketing Intelligence por ESIC y Magister en Investigación con mención en comportamiento del consumidor. Profesional en Marketing & Publicidad por la Universidad de Lima. Cuenta con más de 18 años de experiencia, especializado en la optimización de campañas de marketing online-offline y orientado a generar rentabilidad a la organización a través de data analytics. Líder de procesos de transformación de la experiencia-cliente hacia la omnicanalidad.



**Customer Experience &
CRM Essentials**

ROXANA FRANCO

Magister en Dirección de Marketing y Gestión Comercial por ESIC - Madrid. Licenciada en Administración por la Universidad del Pacífico, con +15 años de experiencia en Proyectos y Negocios: CRM, Marketing Estratégico, Relacional y Digital, generando experiencias innovadoras en consumo masivo, venta directa, organizaciones de la salud, ONG's y startup tecnológica. Ha trabajado en CARE Perú, Unique Perú, y Alicorp. Co-Fundadora y COO de SmartBeauty.



**Liderazgo en CRM y
Customer Experience**

VICTOR ALARCÓN

Consultor y Director General de LATAM Education desde 2014. Máster en Administración de Empresas MBA por la Universidad Carlos III de Madrid. Máster en Dirección de Empresas de Nueva Economía y eCommerce por la Escuela de Administración de Empresas (EAE) de Barcelona. Egresado de la Maestría en Ingeniería de Sistemas por la Universidad de Lima e Ingeniero de sistemas por la Universidad Nacional Federico Villarreal. Con 26 años de experiencia en proyectos y consultoría en tecnología y dirección de empresa en España y América Latina. Ha sido Director de IT, Director de Marketing y Ventas; Director de Operaciones Internacionales, entre otros cargos de responsabilidad.



**IA aplicada a CRM y
Customer Experience**

CLEBER DA CUNHA

Con más de una década de experiencia en la implementación de programas de transformación, ha trabajado con clientes líderes en su sector impulsando la estrategia digital y la creación de productos y servicios de alto valor, demostrando un historial sólido en la orientación de ejecutivos y líderes senior, en sus procesos de transformación.

Experiencia en definición y planificación estratégica, diseño organizacional, agilidad organizacional, gestión de la innovación y gestión de servicios empresariales, aplicados a diversas industrias como Banca, Agroexportación, Belleza y Salud, Seguros y Retail.

Expositor en la Facultad de Gestión y Alta Dirección PUCP, entre otras entidades en Perú y Latino América.



EDUCACIÓN
CONTINUA
PUCP

Facultad de Gestión
y Alta Dirección

Inicio

23 de
abril

Fin

15 de
septiembre

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



Hasta
12 Cuotas sin
intereses



Hasta
12 Cuotas sin
intereses



En
3,6,9 o 12
cuotas sin intereses

Convenios de tarjetas válido hasta 31 de marzo del 2026

CONTACTO

[Clic para hablar por WhatsApp](#)



[LINK DE INSCRIPCIÓN](#)

