

CONOCE EL ADN DE TUS CLIENTES Y REDISEÑA  
SU EXPERIENCIA A TRAVÉS DE UN

## CUSTOMER JOURNEY MAP



INCLUYE DINÁMICAS  
DE CO-CREACIÓN  
DE UN CUSTOMER  
JOURNEY MAP

**25<sup>dto.</sup>**  
HASTA EL 08/12

MADRID

**25 FEBRERO**



FORMADOR

**José Serrano**

CEO

**[IZO]** The Experience  
Design Company

 **7 HORAS de  
FORMACIÓN**

- ✓ Crea un Customer Journey Map adaptado a las necesidades de tu compañía
- ✓ Conoce distintas formas de representar un Customer Journey Map y qué elementos clave deben estar presentes
- ✓ Accede a una completa formación teórico-práctica: adquiere los conocimientos teóricos necesarios y ponlos en práctica durante el curso

CURSO INTENSIVO

CONOCE EL ADN DE TUS CLIENTES Y REDISEÑA  
SU EXPERIENCIA A TRAVÉS DE UN

# CUSTOMER JOURNEY MAP

MADRID

25 FEBRERO // 2021

FORMACIÓN PRÁCTICA

 HORARIO:

**08:45** Recepción de los asistentes

**09:00** Inicio del curso

**11:30-12:00** Pausa café

**14:00-15:30** Almuerzo

**18:00** Fin del curso



## CURRICULUM VITAE

JOSÉ SERRANO cuenta con más de 20 años de experiencia en posiciones directivas en el ámbito de gestión de empresas, aportando la capacidad de crear experiencias WOW con sus consumidores mediante una gestión diferencial de la experiencia.

CEO de IZO España, The Experience Design Company desde 2007. Miembro de la Junta Directiva en DEC, (Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente).

Miembro de la Junta Directiva de la AEERC (Asociación Española de Expertos en Relación con Clientes). Socio en la AEC, Asociación Española para la Calidad.

Miembro del Comité de Expertos de DEC para el Master CX de La Salle. Profesor del MBA Executive de la Mondragon Unibersitatea, del Máster y de varios talleres de Experiencia de Cliente de la escuela de Negocios La Salle.



## OBJETIVOS

- Entender la importancia de conocer a los clientes y su interacción con un producto o marca y por qué es necesario un Customer Journey Map
- Conocer los diferentes aspectos que componen un Customer Journey Map
- Estudiar en detalle el proceso y crear un Customer Journey Map a medida
- Crear estrategias innovadoras que impacten las interacciones futuras
- Saber analizar y evaluar con datos cualitativos y cuantitativos



## EL CURSO INTENSIVO VA DIRIGIDO A:

- Responsables de Atención al Cliente
- Responsables de Experiencia de Cliente
- Responsables de Calidad
- Responsables de Relación con Cliente
- Directores de Marketing y eMarketing



FORMADOR

**José Serrano**

CEO

**[IZO]** The Experience Design Company

JUEVES 25 DE FEBRERO DE 2021

### INTRODUCCIÓN

- Qué es Customer Journey y por qué es importante conocerlo
- El ADN del cliente: conocer el ciclo de vida de cada cliente con respecto a un producto
- Interactuar con el cliente y fomentar el engagement
- Objetivos para crear un mapa de interacciones con los clientes

### LOS COMPONENTES DE UN CUSTOMER JOURNEY MAP

- Quién: el target
- Cuándo: la línea de tiempo en la que ocurren las interacciones
- Dónde: los canales
- Cómo: las experiencias y emociones
- Qué: los puntos de contacto e interacciones

### EL PROCESO DE CREAR UN CUSTOMER JOURNEY MAP

- Empatizar con el cliente: conocer en profundidad su comportamiento
- Obtener una amplia visión de la experiencia del cliente mediante datos cualitativos y cuantitativos
- Crear grupos con características comunes mediante la segmentación
- Autoanálisis: revisar con lupa conceptos y atributos del branding de la empresa
- Integra todos estos componentes con ideas innovadoras para que impacten en interacciones futuras

### ANÁLISIS Y EVALUACIÓN

- Durabilidad y obsolescencia de un Customer Journey Map
- Integrar métricas y KPIs cuantitativos



DEDICAREMOS LA PRIMERA PARTE DE LA JORNADA A LOS CONOCIMIENTOS TEÓRICOS NECESARIOS Y DESPUÉS DEL ALMUERZO LOS PONDREMOS EN PRÁCTICA EN DINÁMICAS DE CO-CREACIÓN DE UN CUSTOMER JOURNEY MAP



