10ª EDICIÓN · ONLINE

Duración 7 meses

DIPLOMATURA *en*

Gestión de la Experiencia del cliente omnicanal

INICIO: **AGOSTO 2026**

INSCRIBITE

CONSULTÁ

EDUCONTINUA@UBP.EDU.AR +54 9 351 3 881138

UBP UNIVERSIDAD Blas Pascal

CMS Córdoba Management School

APOYA: DEC

Gestiona la omnicanalidad llevando a que los clientes vivan experiencias memorables

Fundamentos

Los clientes demandan más y mejores interacciones con las empresas. Nuevas generaciones con hábitos y costumbres muy diferentes a los de sus antecesores plantean nuevos desafíos en este sentido.

El ecosistema de comunicación se ha complejizado. El acceso móvil plantea desafíos a las empresas en cuanto a diversidad de puntos de contacto e inmediatez de respuesta. Al mismo tiempo, los medios sociales, fuera de su control, exponen a la vista de todos sus virtudes y defectos, por lo que el riesgo que pueden sufrir en sus reputaciones no tiene antecedentes.

Pasar de gestionar pocos canales a múltiples, y luego a la ominicanalidad, no es una utopía pero tampoco una tarea sencilla.

En un contexto en el que la confianza en las marcas y sus mensajes está en tela de juicio, ellas comienzan a entender que brindar a sus clientes una experiencia de servicio destacable, que genere lealtad y recomendación puede ser el único camino realmente sustentable no sólo para diferenciarse de sus competidores, sino para competir exitosamente.

La capacidad para poder llevar a cabo una gestión omnicanal que conduzca a que los clientes vivan experiencias memorables, será una competencia imprescindible para aquellos que pretendan liderar a las empresas exitosas en el nuevo contexto.

Objetivos

- → Comprender las estrategias de CRM en vinculación con las nociones de experiencia del cliente.
- → Adquirir herramientas de gestión de la información para la toma de decisiones de negocio.
- → Incorporar los principios de gestión del CustomerExperience, sus técnicas y herramientas.
- → Entender cómo incorporar las redes sociales a la gestión omnicanal.
- → Conocer y saber elegir las tecnologías que facilitan una gestión de la experiencia omnicanal.
- → Saber cómo gestionar la experiencia del empleado, especialmente el más joven.
- → Saber dimensionar y gestionar los canales asistidos.

Dirigida a:

· Gerentes, Jefes y Mandos Medios de las Áreas de Experiencia del Cliente

· Público en general que gestionan o gestionarán las interacciones de las marcas con sus clientes, por distintos canales, tanto de operaciones inhouse como de empresas tercerizadoras (BPO´s).

Modalidad ONLINE

Programa · Módulos

1 GESTIÓN DEL RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

Nivelación de conocimientos sobre CRM, comparación del enfoque relacional con el transaccional, identificación de las áreas fundamentales para la mejor interacción de las marcas con sus clientes. Vinculación con los fundamentos de CustomerExperience.

2 GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA ERA DEL BIG DATA

Herramientas de análisis (métodos estadísticos y de aprendizaje automático) que permiten extraer información relevante para la toma de decisiones. Identificación de los conceptos generales sobre sistemas de información y organización de equipos para la gestión de la información.

3 CUSTOMER EXPERIENCE DESIGN & MANAGEMENT

Principios fundamentales de la experiencia del cliente. Herramientas y técnicas clave para el diseño: customerjourneymap y buyingpersona. El aporte del designthinking. Formas de captación de insights mediante la voz de cliente. Integración entre mundo offline y online. Claves de éxito en la implantación y gestión de un programa CX.

4 GESTIÓN DE CANALES ASISTIDOS

Comprensión de la dinámica de un Centro de Contacto Omnicanal. Dimensionamiento de recursos para cada canal. Técnicas de pronósticos de tráfico, carga de trabajo y dotación. Gestión eficiente de recursos y aprovechamiento entre los distintos canales.

5 GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

Nuevos paradigmas en selección y formación de las personas. Habilidades comunicacionales “blandas”. (relaciones interpersonales). Cómo se comunica un Millennial con los usuarios. Rol de los supervisores jóvenes. Formas de para contener la emocionalidad de los operadores. Nuevas técnicas de monitoreo y coaching. Adaptar las herramientas al nuevo estilo de gestión de las personas.

ACREDITA 200 H | **7 MÓDULOS**

6 TECNOLOGÍA DE LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA OMNICANAL

Vinculación entre CustomerEngagement y Experience y satisfacción con compromiso. Tecnologías de medición CX, planeación y gestión del Digital Journey. Automatización de Estrategias de CustomerEngagement. Administración de Interacciones, Campañas, Canales, Gammification. CustomerEngagement y tecnologías de Analytics y Big Data. Computación Cognitiva y Neurociencia.Principales conceptos. Evolución. Distintos Modelos de publicidad y plan de marketing digital. Analítica y medición. Ejemplos de seguimiento y reporte. Cómo están usando las marcas el ecosistema digital y de redes sociales. Objetivos, estrategias, casos de éxito. Las tendencias.

7 GESTIÓN DE LA INTERACCIÓN POR REDES SOCIALES

Principales conceptos. Evolución. Distintos Modelos de publicidad y plan de marketing digital. Analítica y medición. Ejemplos de seguimiento y reporte. Cómo están usando las marcas el ecosistema digital y de redes sociales. Objetivos, estrategias, casos de éxito.

MEDIA PARTNERS

Prensario TI Latin America

- SEMANARIO DIGITAL - Dr. CEX

AUSPICIANTES INSTITUCIONALES

CÁMARA ARGENTINA FINTECH

CACC estamos conectados. CAMARA ARGENTINA DE CENTROS DE CONTACTO

BPOCCH ASOCIACIÓN GREMIAL DE EMPRESAS DE BPO CHILE A.G.

DMA

Foro de Líderes CX

RECLA Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa

Cuerpo docente

JUAN PABLO TRICARICO · Director

Consultor Internacional de CRM, CX, BPO y BI • Business Development Manager de Virtual Agora • Director para Argentina de ALOIC • Director de AMDIA • Jurado permanente del Premio Latam a las Mejores Organizaciones de Interacción con Clientes • Presidente del Comité Académico del Congreso Regional de Interacción con Clientes en Bs As Argentina • Editor de DrCEX (CustomerExperience • Disertante e Instructor para distintas Organizaciones en todo América.

EDUARDO LAVEGLIA · Director

Esp. en Experiencia de Clientes y Usuarios • Fundador y director ejecutivo de Proaxion • Dirige proyectos CX-UX para importantes empresas en toda Latinoamérica • Dirige posgrados y diplomaturas de la especialidad, además de ser profesor e investigador (USAL, UBP, UBA) • Speaker, autor de artículos, papers y del primer libro regional sobre un caso de éxito en experiencia del cliente (Caso Café Martínez).

NOELIA BINO

Lic. en Administrción de Empresas (SIGLO21) • Esp. en Social Media Management • SMM en Plaga Digital y freelance con más de 10 años de experiencia en Paid Media.

DANIEL IGLESIAS

Consultor y profesor universitario • Ing. Electrónico (UBA) • MBA en Dirección de Empresas (UNIVERSIDAD DE DEUSTO, ESPAÑA Y LA UNIVERSIDAD DEL SALVADOR) • Gerente de Proyectos en Proaxion • Director de Especialización en Gestión de Negocios Electrónicos en USAL.

CECILIA SOLANO

Contadora Publica (UBA) • Psicóloga Organizacional (INEPA) • 15 años como Gerente de Calidad – Servicios al Cliente y Cobranzas para AMERICAN EXPRESS • Es Gerente de Servicios al Cliente y Venta Telefónica para Orígenes AFJP • Consultora Independiente en Custome.

JOSÉ MIGUEL CAROT SIERRA

Dr. en Ciencias Matemáticas y Catedrático de Estadística (UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA, ESPAÑA) • Director de Calidad y Acreditación de la UPV • Autor de más de 100 publicaciones de investigación y participante en más de 50 proyectos de investigación.

FERNANDO RIEDEL

Lic. en Comercialización (UCES) • Es Regional Product Manager • Docente • Autor de artículos sobre onboarding digital y Conferencista • Se desempeñó en la industria de las Plataformas Conversacionales, que lo llevó a participar de distintas transformaciones en los puntos de contacto físicos y digitales de sus clientes, en variadas verticales y países de Latinoamérica.

Panel de Expertos

JAIL DEGUER

Head de Estrategia y Experiencia de Clientes de Santander Argentina.

PAULA AYALA RODRÍGUEZ

Directora de Customer Experience y Onboard Service de Avianca Colombia.

BÁRBARA TETAMANTI

Head de Experiencia de Clientes y IT Portfolio Manager de Banco ICBC Argentina.

VANESSA PARRA CONCHA

Gerente de Experiencia Clientes e Innovación de Farmacias Salcobran Chile.

MÁS INFO DE LA DIPLOMATURA
consultas e inscripciones

CLICK AQUÍ

Impulsá tu formación

Realizá tu inscripción

CLICK AQUÍ

Completá tus datos y aboná la matrícula en pocos pasos

Aranceles y formas de pago

Alumnos argentinos
CLICK AQUÍ

Alumnos internacionales
CLICK AQUÍ

Beneficios

ESTUDIANTES Y GRADUADOS/AS UBP	→ 20% OFF
2 O MÁS PERSONAS DE UNA ORGANIZACIÓN	→ 15% OFF

NOTAS

- Los beneficios especiales **no se acumulan,** el destinatario puede elegir el de mayor conveniencia. Sobre los aranceles a pagar, el estudiante puede optar por las diferentes formas de pago, algunas de las cuales tienen **descuentos adicionales.**
- Los beneficios se consideran **sobre los aranceles (excluyendo la matrícula).**
- Según corresponda, los interesados deben **presentar la documentación respaldatoria**, por ejemplo: certificado laboral, constancia matrícula, nota de la institución/empresa a la que pertenece, etc.

EDUCONTINUA@UBP.EDU.AR +54 9 351 3 881138

Saber y Saber Hacer

Desde 1990, la Universidad Blas Pascal acompaña a profesionales en su desarrollo personal y laboral, combinando conocimientos sólidos con habilidades prácticas. Con **35 años de trayectoria** y **25 años en educación a distancia,** ofrece formación académica a estudiantes de todo el país. Cuenta con **170 centros de educación a distancia,** garantizando acceso amplio y de calidad.

La Universidad forma profesionales capaces de aplicar lo aprendido de manera ética, creativa e innovadora, generando valor en sus organizaciones y en la sociedad. Desde 2009, muchas de sus áreas cuentan con certificación **ISO 9001,** asegurando calidad y rigor académico.

Además, a través de la ***Córdoba Management School,*** la ***Digital Skills Academy*** y la ***Soft Skills Academy,*** la UBP brinda programas especializados que desarrollan competencias técnicas, digitales y humanas, acompañando al profesional en cada etapa de su crecimiento.

En la UBP, la educación continua está pensada para acompañar a cada profesional a aprender, crecer y transformar su entorno.

Educación Continua

70 DIPLOMATURAS | **3500** ALUMNOS ANUALES | **+20** CAPACITACIONES INCOMPANY CADA AÑO

MODALIDAD VIRTUAL ASINCRÓNICA, FLEXIBLE Y PENSADA PARA PROFESIONALES

UBP

UNIVERSIDAD

Blas Pascal

Saber y Saber Hacer

INFORMES
WHATSAPP **+54 9 351 3 881138**
0054 0810 1 22 33 827
Opción 2
educontinua@ubp.edu.ar

REDES
www.ubp.edu.ar
Educación ContinuaUBP
ubp.educacioncontinua
Cordoba-Management-School

CAMPUS
Av. Donato Álvarez 380
CPA X5147ERG
Córdoba, Argentina