

Esperto Universitario

Innovazione nella Customer Experience



Esperto Universitario Innovazione nella Customer Experience

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: Laureati e Diplomati che hanno precedentemente completato una qualsiasi delle qualifiche nel campo delle Scienze Sociali, Amministrative e Aziendali

Accesso al sito web: www.techtitute.com/it/business-school/specializzazione/specializzazione-innovazione-customer-experience

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Struttura e contenuti

pag. 20

06

Metodologia

pag. 28

07

Profilo dei nostri studenti

pag. 36

08

Direzione del corso

pag. 40

09

Impatto sulla tua carriera

pag. 44

10

Benefici per la tua azienda

pag. 48

11

Titolo

pag. 52

01

Benvenuto

L'utilizzo delle ultime tecnologie a livello aziendale non è più solo un vantaggio competitivo, ma un obbligo per i leader aziendali, soprattutto in relazione alla customer experience. Non sorprende che la Innovazione nella Customer Experience sia un grande alleato strategico nell'implementazione di una cultura *Customer-Centric*. Per questo motivo, i professionisti troveranno in questo corso di TECH una preziosa opportunità per i clienti di avere solo buone parole per le loro aziende. A tal fine, verranno approfondite la portata e l'implementazione di un progetto di Customer Experience e le migliori strategie innovative basate sull'intelligenza artificiale e sulla realtà virtuale. Tutto questo da qualsiasi luogo e con contenuti progettati da un team di docenti che catapulteranno la carriera del laureato verso vette insospettabili.



Esperto Universitario in Innovazione in Customer Experience
TECH Università Tecnologica



“

Sviluppa piani di ricerca sulla Customer Experience di successo grazie a questo Esperto Universitario 100% online"

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande business school del mondo che opera al 100% in modalità online. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la preparazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è un'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'Università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multivideo interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non si basa su criteri economici. Non è necessario effettuare un grande investimento per studiare in questa Università. Tuttavia, per ottenere una qualifica rilasciata da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti...

95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo.



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e con professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha sviluppato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici dei 7 continenti.

+500

accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con TECH possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da oltre 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il lato critico dello studente, la sua capacità di mettere in dubbio le cose, la sua competenza nel risolvere i problemi e le sue capacità interpersonali.



Eccellenza accademica

TECH offre agli studenti la migliore metodologia di apprendimento online. L'università combina il metodo *Relearning* (la metodologia di apprendimento post-laurea meglio valutata a livello internazionale), con i casi di studio. Tradizione e avanguardia in un difficile equilibrio e nel contesto del più esigente itinerario educativo.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Dispone di oltre 10.000 corsi universitari di specializzazione universitaria. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia così costoso come in altre università.



Impara con i migliori

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati a offrire una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perchè scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito del Senior Management.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Disponiamo del personale docente più prestigioso e del programma più completo del mercato, il che ci permette di offrire una preparazione di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i seguenti:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera di studente

Studiando in TECH, lo studente può prendere le redini del suo futuro e sviluppare tutto il suo potenziale. Completando il nostro programma acquisirà le competenze necessarie per ottenere un cambio positivo nella sua carriera in poco tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa avere accesso ad un panorama professionale di grande rilevanza, che permette agli studenti di ottenere un ruolo di manager di alto livello e di possedere un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma vengono mostrate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie per svolgere il lavoro professionale in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a un'importante rete di contatti

TECH crea reti di contatti tra i suoi studenti per massimizzare le opportunità. Studenti con le stesse preoccupazioni e il desiderio di crescere. Così, sarà possibile condividere soci, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, tenendo conto delle diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorare le *soft skills* e le competenze direttive

TECH aiuta lo studente ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e migliorare le capacità interpersonali per diventare un leader che faccia la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una spinta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Lo studente farà parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle università più prestigiose del mondo: la comunità di TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti grazie a un personale docente di reputazione internazionale.

04 Obiettivi

Questo programma è pensato per rafforzare le competenze nel campo della Customer Experience, in modo che lo studente sia in grado di affrontare le diverse forme e fasi di un progetto di CX come manager solvibile. Sarà inoltre in grado di deliziare i propri clienti con applicazioni tecnologiche innovative che posizioneranno l'azienda come punto di riferimento nel settore.



“

Sarai un manager di successo che implementerà progetti ambiziosi di CX che faranno sì che i clienti ricordino la tua azienda per sempre”

**TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti.
Lavorando insieme a loro per raggiungerli.**

L'Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience preparerà lo studente a:

01

Identificare le principali caratteristiche e tendenze del nuovo consumatore nel mercato odierno

02

Analizzare l'impatto della tecnologia e dei social media sulle decisioni di acquisto del nuovo consumatore.

03

Riflettere sull'importanza dell'etica e della trasparenza nel rapporto tra le aziende e il nuovo consumatore





04

Sviluppare le competenze per raccogliere e analizzare la voce del cliente e le conoscenze per implementare le pratiche di voce del cliente

05

Capire come utilizzare gli strumenti di misurazione della voce del cliente e comunicare i risultati della voce del cliente agli altri reparti.

06

Analizzare casi di studio di aziende che hanno adattato con successo le proprie strategie di marketing e di esperienza d'acquisto sulla base dei risultati della metodologia VoC

07

Esaminare le diverse modalità e fasi di approccio a un progetto di CX

10

Fondare i principi di un modello di governance incentrato sul cliente

08

Illustrare le diverse modalità di esecuzione di un progetto di CX a seconda della natura del prodotto e del servizio

11

Fornire risorse e riferimenti ispiratori per approcciare un progetto di CX di successo

09

Proporre diverse tecniche per la conoscenza del profilo del cliente

12

Identificare la stretta relazione tra lo sviluppo un forte sistema di CX e l'innovazione continua

13

Determinare l'implementazione di metodologie pratiche per l'accelerazione dell'innovazione orientata al cliente

16

Proporre applicazioni tecnologiche innovative per migliorare l'esperienza del cliente

14

Approfondire gli strumenti per iterare e mettere in discussione il modello di business attraverso gli occhi del cliente

17

Identificare i sistemi che supportano l'analisi e la raccolta di *Insights* sui clienti basate su informazioni difficili da elaborare

15

Esaminare le principali applicazioni pratiche degli strumenti di neuromarketing per deliziare i clienti

18

Illustrare i principali dilemmi etici legati allo sviluppo tecnologico

05

Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience è un programma altamente flessibile grazie alla sua natura online, in modo che gli studenti possano scegliere il momento e il luogo che meglio si adatta alla loro disponibilità, ai loro orari e ai loro interessi. Questo titolo si svolge nell'arco di 6 mesi e vuole essere un'esperienza unica e stimolante che pone le basi per il successo professionale dello studente.



“

La visione più completa e aggiornata dell'innovazione nella Customer Experience si trova in questo programma di studi. Cosa stai aspettando?

Piano di studi

L'Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che prepara i professionisti ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali nel campo della Customer Experience.

Il contenuto dell'Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience è concepito per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentano di prendere decisioni più rigorose in ambienti incerti.

Durante le 450 ore di preparazione, gli studenti analizzano una moltitudine di casi pratici attraverso il lavoro individuale e di gruppo. Si tratta, pertanto, di una vera e propria esperienza immersiva nella realtà aziendale.

Questo Esperto Universitario tratta in modo approfondito il mondo digitale, il Marketing in questo ambiente e l'affermazione dell'e-commerce nelle aziende, ed è progettato per formare professionisti che comprendano la Customer Experience da una prospettiva strategica, internazionale e innovativa.

Un piano pensato per i professionisti, incentrato sul loro miglioramento professionale e che li preparerà a raggiungere l'eccellenza nel campo della Innovazione nella Customer Experience. Un programma che comprende le sue esigenze e quelle della sua azienda attraverso un contenuto innovativo basato sulle ultime tendenze. Un ambiente supportato dalla migliore metodologia educativa e da un personale docente eccezionale, che conferisce allo studente competenze per risolvere situazioni critiche in modo creativo ed efficiente.

Questo Esperto Universitario si sviluppa nell'arco di 6 mesi ed è suddiviso in 3 moduli:

Modulo 1

Esperienza del cliente: nuovo cliente o consumatore

Modulo 2

Pianificazione e Implementazione di un Progetto CX: Modello di Governance

Modulo 3

Innovazione e Tendenze nella Customer Experience



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di sviluppare questo Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience completamente online. Durante nell'arco di 6 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, fondamentale e
decisiva per potenziare
la tua crescita
professionale e dare
una svolta definitiva.*

Modulo 1. Customer Experience: nuovo cliente o consumatore

1.1. Esperienza del Cliente

- 1.1.1. Esperienza del Cliente. Modello Causale Esperienza-Soddisfazione
- 1.1.2. Customer Experience *Management* (CEM)
- 1.1.3. Customer Experience vs. *Brand experience*
- 1.1.4. Dal Customer Experience al *Customer Experience Management*

1.2. Il nuovo consumatore

- 1.2.1. Il nuovo consumatore. Relazionale vs. Transazionale
- 1.2.2. Tendenze nel mercato di oggi
 - 1.2.2.1. Sostenibilità, e Responsabilità Sociale
- 1.2.3. Impatto della tecnologia e dei social media sul comportamento dei nuovi consumatori. Tendenze digitali
 - 1.2.3.1. Omnicanalità, Sovrainformazione e Esperienze Immersive
- 1.2.4. Il consumatore come Ambasciatore dell'azienda

1.3. Metodologia Voice of the Customer (VoC)

- 1.3.1. Metodologie VoC
- 1.3.2. Customer Experience *Insights*
- 1.3.3. Programma VoC come base strategica per la CX

1.4. Metodologie VoC: Mappatura

- 1.4.1. Mappatura dei *Touchpoints*
- 1.4.2. *Voc Journey*
- 1.4.3. Mappa dell'empatia
- 1.4.4. Identificazione dei MOTS

1.5. Programma VoC: Principi fondamentali

- 1.5.1. Ascoltare
- 1.5.2. Chiedere
- 1.5.3. Interpretare
- 1.5.4. Agire
- 1.5.5. Monitorare
- 1.5.6. Progettare

1.6. Definizione di un Programma VoC: Fasi

- 1.6.1. Fase di sensibilizzazione
- 1.6.2. Fase di raccolta
- 1.6.3. Fase di analisi
- 1.6.4. Fase di azione
- 1.6.5. Fase di valutazione

1.7. Raccolta transazionale della VoC: progettazione della ricerca VoC

- 1.7.1. Definizione degli obiettivi e della portata della ricerca
- 1.7.2. Tecniche di raccolta dei dati quantitativi e qualitativi
- 1.7.3. Selezione dei metodi di raccolta di dati
- 1.7.4. Progettazione di questionari e guide di interviste
- 1.7.5. Strumenti di raccolta

1.8. Analisi della Voce del Cliente

- 1.8.1. Identificazione di modelli e tendenze nei dati raccolti
- 1.8.2. Interpretazione dei dati per identificare esigenze, desideri e aspettative del cliente
- 1.8.3. Applicazione di strumenti qualitativi
- 1.8.4. Strumenti di analisi

1.9. Valutazione e Misurazione della Voice of the Customer

- 1.9.1. Sistemi tradizionali: NPS (Net Promote Score)
- 1.9.2. Misurazione delle emozioni
- 1.9.3. Novità della Misurazione VoC
- 1.9.4. Identificare le opportunità di miglioramento

1.10. L'Ascolto Attivo per VoC

- 1.10.1. Ascolto e Osservazione Dinamica Voc
- 1.10.2. Il servizio clienti come metodo di ascolto
- 1.10.3. Analisi dei sentimenti sui social media

Modulo 2. Pianificazione e Implementazione di un Progetto CX: Modello di Governance

2.1. Definizione del campo di applicazione di un Progetto realista

- 2.1.1. Tipi di progetto
 - 2.1.1.1. Risoluzione dei problemi
 - 2.1.1.2. Proposte di valore
 - 2.1.1.3. Innovazione
- 2.1.2. Punto di partenza
 - 2.1.2.1. Il dato come strumento per identificare opportunità e *Insights*

- 2.1.3. Allineamento degli Obiettivi, Partecipanti e Tempi di Esecuzione. Ruolo degli esperti e dinamizzatori
 - 2.1.3.1. Revisione delle Esigenze di Business
 - 2.1.3.2. Identificazione Degli *Stakeholder* Interni ed Esterni
 - 2.1.3.3. Profilo di Cliente
 - 2.1.3.4. Definizione dell'*Output* atteso

2.2. Identificazione del Profilo del Cliente in un Progetto CX

- 2.2.1. Identificazione del profilo cliente desiderato come sfida
- 2.2.2. Profilazione dei Comportamenti
 - 2.2.2.1. Abitudini di consumo e di acquisto
 - 2.2.2.2. Interazione con i canali di comunicazione
 - 2.2.2.3. Grado di digitalizzazione
 - 2.2.2.4. Radiografia Sociodemografica
- 2.2.3. Comunicazione con il cliente e Trattamento dei dati

2.3. Customer Journey in un Progetto CX

- 2.3.1. Analisi e Tipizzazione dei Punti di Contatto
 - 2.3.1.1. Safari e *shadowing*
 - 2.3.1.2. Interviste
 - 2.3.1.3. *Workshops* e *Focus Groups*
- 2.3.2. Identificazione delle esigenze dei clienti per profilo di pubblico
 - 2.3.2.1. Punti di Soddisfazione del Cliente
 - 2.3.2.1.1. Cosa funziona oggi, Cosa apprezza il cliente?
 - 2.3.2.2. Punti di dolore per il cliente
 - 2.3.2.2.1. Cosa non sta funzionando oggi? Cosa genera frustrazione nel cliente?

- 2.3.3. Definizione del Customer Journey per ogni tipo di cliente
 - 2.3.3.1. Identificazione dei principali *Gain* e *Pain Points* di ogni tappa chiave e Los punto di contatto su cui transita

2.4. Attuazione del Progetto

- 2.4.1. Attuazione del Progetto Aspetti importanti
 - 2.4.1.1. Allineamento della visione del cliente agli obiettivi aziendali
 - 2.4.1.2. Visualizzazione del Customer Journey: Fissaggio di un punto di partenza per l'allineamento a tutte le squadre dell'azienda
 - 2.4.1.3. Analisi della fattibilità economica. Produttività
 - 2.4.1.4. Coinvolgimento di persone chiave nel rapporto con il cliente per entrare nella fase di esecuzione

- 2.4.2. Diagnosi e Risoluzione
 - 2.4.2.1. Formule di presentazione della diagnosi
 - 2.4.2.1.1. *Workshops* di co-creazione
 - 2.4.2.1.2. *Benchmarking*
 - 2.4.2.2. Risoluzione
 - 2.4.2.2.1. Identificazione dei compiti
 - 2.4.2.2.2. Assegnazione di compiti secondo il profilo

- 2.4.3. Valutazione
 - 2.4.3.1. Determinazione dei KPI
 - 2.4.3.2. Raccolta di dati
 - 2.4.3.3. Periodo di valutazione

2.5. Quadro d'azione del Progetto CX

- 2.5.1. Consolidamento o Rigetto
- 2.5.2. Evangelizzazione interna
- 2.5.3. Identificazione degli strumenti

2.6. Business Case del di prodotto: Lancio di nuovi prodotti

- 2.6.1. Illustrazione del ruolo della CX nello sviluppo di un prodotto di innovazione
- 2.6.2. Fasi del Lancio del nuovo prodotto
- 2.6.3. Errori più comuni

2.7. Business Case del di Servizio: CX come catalizzatore di innovazione

- 2.7.1. Ruolo chiave del CX nei processi di innovazione
- 2.7.2. Fasi
- 2.7.3. Le chiavi del successo

2.8. Business Case del di Servizio: La Soddisfazione del cliente come leva per il miglioramento continuo

- 2.8.1. Misurazione della soddisfazione del cliente attraverso tutto il Customer Journey
- 2.8.2. Fasi
- 2.8.3. Routine orientata all'azione

2.9. Il modello di Governance in un Progetto CX

- 2.9.1. Ruoli
- 2.9.2. Dati
- 2.9.3. Piani d'azione iterativi

2.10. Implementazione di un Progetto CX di successo: Chiavi

- 2.10.1. Apprendimento
- 2.10.2. Riferimenti
- 2.10.3. Risorse

Modulo 3. Innovazione e tendenze nella Customer Experience

3.1. Innovazione e Esperienza del Cliente

- 3.1.1. Innovazione nel contesto della CX
- 3.1.2. Obiettivi di innovazione dell'esperienza del cliente
- 3.1.3. Innovazione nello sviluppo delle interazioni con il cliente

3.2. Gestione dell'esperienza del cliente nell'era della trasformazione digitale

- 3.2.1. Motore di esperienza intelligente Rilevanza
- 3.2.2. Ricerca di esperienze iper-personalizzate
- 3.2.3. Gestione dell'esperienza in un ambiente omnicanale

3.3. L'innovazione nella gestione di una società customer-centric

- 3.3.1. Il modello di innovazione dal cliente all'azienda
- 3.3.2. Profili principali per lo sviluppo di un modello di innovazione
- 3.3.3. Modelli di Innovazione Aperta

3.4. Metodologie per accelerare un processo di innovazione efficace

- 3.4.1. Routine generatrici di innovazione e creatività
- 3.4.2. Metodo *Lean Start Up* per coinvolgere il cliente nel tavolo dell'innovazione
- 3.4.3. Kanban Board per vincere nell'innovazione e nell'efficienza nella tua vita quotidiana
- 3.4.4. Metodologia *Scrum*. Applicazione pratica
- 3.4.5. Adozione di strumenti per generare innovazione continua. Benefici

3.5. Strumenti per lo Sviluppo di modelli di business customer centric innovativi

- 3.5.1. *Business Model Canvas*. Come "sfidare" il tuo modello di business mediante questo strumento
- 3.5.2. *Value Proposition Canvas* e *Customer Journey*. Relazione
- 3.5.3. Mappa dell'empatia. Oltre le interazioni tangibili con il cliente
- 3.5.4. Caso pratico

3.6. Neuromarketing e Customer Experience. Come mettersi nei panni del cliente

- 3.6.1. Neuromarketing e Ottimizzazione dell'innovazione
- 3.6.2. Applicazioni reali di Neuromarketing nella CX
- 3.6.3. Guida agli *insights* dei clienti per potenziare la CX con il Neuromarketing
- 3.6.4. Storia di successo

3.7. Innovazione nella CX I: intelligenza artificiale, realtà virtuale, sistemi di riconoscimento facciale e biometrico

- 3.7.1. Intelligenza Artificiale (IA) per l'ottimizzazione dei processi e la gestione omnicanale
- 3.7.2. Realtà Virtuale (VR) e Realtà Aumentata (RA) per portare la tua esperienza cliente ovunque
- 3.7.3. Sistemi di riconoscimento facciale e biometrico come attenuanti di momenti critici con il cliente
- 3.7.4. Storia di successo

3.8. Innovazione nella CX II: Machine Learning, IoT e Piattaforme di Gestione Omnicanale

- 3.8.1. Machine Learning (ML) per il trattamento dei dati
- 3.8.2. Internet of Things (IoT) per migliorare l'esperienza e la conoscenza del cliente
- 3.8.3. Piattaforme di Gestione Omnicanale per una visione olistica del cliente
- 3.8.4. Storia di successo

3.9. Tecnoetica: la tecnologia al servizio dell'essere umano e viceversa

- 3.9.1. Protezione dei diritti neurologici o dei diritti di proprietà intellettuale (IP)
- 3.9.2. Etica nell'Intelligenza Artificiale (IA)
- 3.9.3. Iperconnessione del cliente e utilizzo dei suoi dati
- 3.9.4. La sfida tecnologica

3.10. Creazione di un sistema di innovazione in una società clientecentrata. Importanza

- 3.10.1. Le chiavi per un processo di innovazione orientato al cliente
- 3.10.2. Vantaggi di un'azienda con sistemi di innovazione continua
- 3.10.3. L'innovazione al servizio delle persone per un'esperienza del cliente ottimale



“

*Nessun cliente potrà resisterti
grazie alle tue strategie con
l'Intelligenza Artificiale o la Realtà
Virtuale nella Customer Experience"*

06

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning.***

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine.***





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“

Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Stage di competenze manageriali

Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07

Profilo dei nostri studenti

L'Esperto Universitario è indirizzato a diplomati, laureati o chiunque abbia precedentemente conseguito una qualifica nel campo delle Scienze Sociali e Giuridiche, Amministrative ed Economiche.

La diversità dei partecipanti, con vari profili accademici e di differenti nazioni, rende veramente multidisciplinare l'approccio di questo programma.

Potranno realizzare questo Esperto Universitario anche quei professionisti che, pur avendo titoli universitari di aree diverse, abbiano esperienza lavorativa di almeno 2 anni nel campo della Customer Experience.





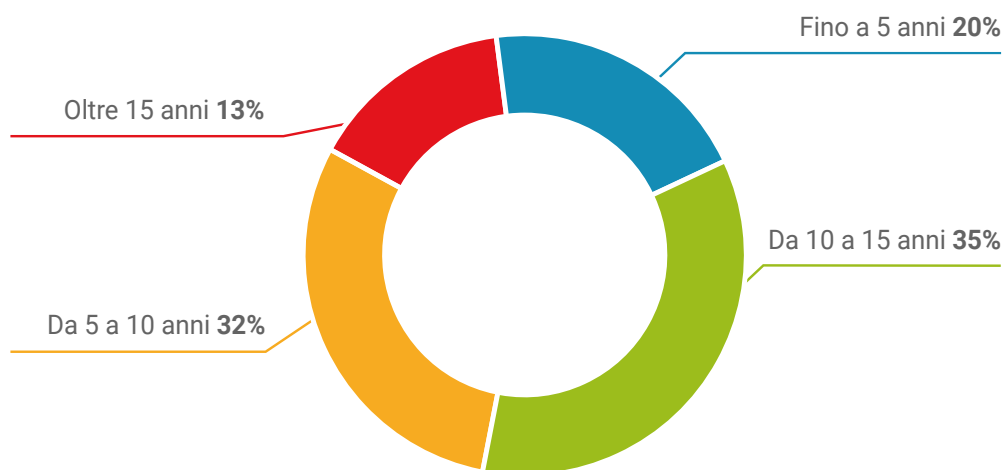
“

Fai un ulteriore passo avanti nelle tue competenze di Customer Experience specializzandoti in processi che renderanno la tua leadership ampiamente riconoscibile”

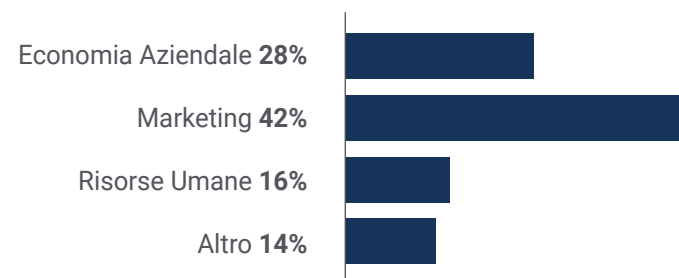
Età media

Da **35** e **45** anni

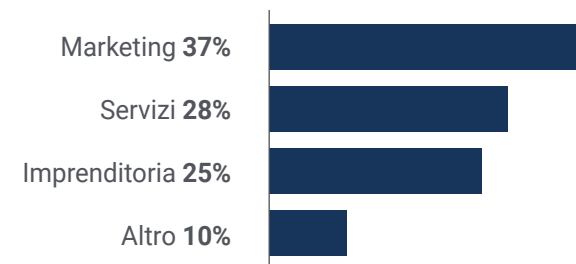
Anni di esperienza



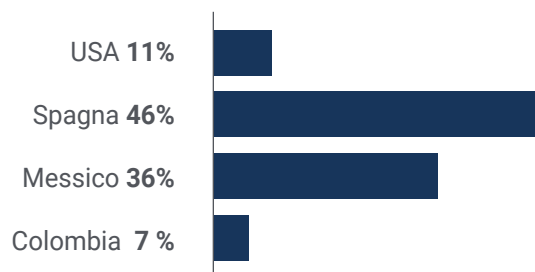
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Vanesa Ramos Ortega

Customer Experience Manager

"Ero alla ricerca di un programma che mi permettesse di implementare strategie con nuove tecnologie per migliorare l'esperienza del cliente nella mia azienda. In effetti, ero preoccupata di poterlo conciliare con il mio lavoro quotidiano, ma con TECH ho trovato l'equilibrio perfetto per farlo da casa e utilizzare strumenti che oggi sono fondamentali nel mio reparto"

08

Direzione del corso

Sempre con l'obiettivo di fornire una specializzazione che incorpori i più alti standard accademici, TECH ha riunito eminenti esperti di Customer Experience che rafforzeranno le capacità di leadership degli studenti. In questo senso, esperti nell'uso delle nuove tecnologie della Customer Experience, responsabili marketing di aziende leader o leader nel settore della Customer Intelligence si riuniscono nel programma per soddisfare anche le aspettative più elevate.



“

Lascia che siano gli esperti delle nuove tecnologie di Customer Experience, i responsabili Marketing o i leader della Customer Intelligence a catapultarti verso il successo"

Direzione



Dott. Yépez Molina, Pilar

- ♦ Consulente e docente di marketing per aziende del marchio La Digitalista
- ♦ Direttrice Creativa Esecutiva e Socio Fondatore che crea e sviluppa campagne di Marketing Online e Offline presso ÚbicaBelow
- ♦ Direttrice Creativa Esecutiva che crea e sviluppa campagne Promozionali e di Marketing Relazionale per clienti Online e Offline presso Sidecar SGM
- ♦ Responsabile Creativa Online ed Esecutiva presso MC Comunicazione
- ♦ Docente di Marketing digitale presso il Collegio dei Giornalisti della Catalogna
- ♦ Docente di Marketing digitale e Strategie di Comunicazione nel Corso di Laurea in Ingegneria presso BES La Salle
- ♦ Insegnante di Digital Marketing presso EUNCET Business School
- ♦ Master in Marketing Relazionale dell'Istituto di Economia Digitale ICEMD
- ♦ Laurea in Pubblicità e Pubbliche Relazioni conseguita presso l'Università di Siviglia



Personale docente

Dott. Camps, Núria

- ◆ Insegnante di Customer Experience
- ◆ Consulente freelance su Customer Experience, miglioramento dei processi, implementazione di strumenti tecnologici e servizio al cliente
- ◆ Consulente e revisore dei sistemi di gestione della qualità presso Quality Methode
- ◆ Master in Marketing delle destinazioni turistiche
- ◆ Laureata in Turismo presso l'Università di Girona

Dott. Rueda Salvador, Daniel

- ◆ Customer Intelligence Director presso Iberostar Group
- ◆ Digital Project Manager presso Iberostar Group
- ◆ Analista di Innovazione e Guest Experience
- ◆ Consulente per il Commercio Estero e gli Investimenti
- ◆ Addetto alla Reception e al Servizio Clienti
- ◆ Master in International Business Management del Centro di Studi Economici e Commerciali (CECO)
- ◆ Programma di Sviluppo Manageriale, Amministrazione e Gestione presso la Deusto Business School
- ◆ Laurea in Economia e Gestione Aziendale con specializzazione in Marketing e Vendite presso l'Università Deusto Business School

09

Impatto sulla tua carriera

Un Esperto Universitario con queste caratteristiche avrà senza dubbio un impatto significativo sulla carriera professionale dello studente. Questo ha portato il team di docenti a incorporare tutte le chiavi dell'innovazione nella Customer Experience con l'obiettivo di renderla altamente utile per il settore studentesco.

In questo senso, l'unico scopo di TECH è quello di far crescere professionalmente tutti gli studenti sulla base di una metodologia pedagogica unica nel mercato accademico.



“

*Il cambiamento che stavi cercando
nel tuo percorso professionale è una
questione di sole 450 ore di studio"*

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta.

L'Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience di TECH è un programma intensivo che prepara i il gruppo studenti ad affrontare le sfide e le decisioni aziendali nel campo della Customer Experience. Il programma punta a farti crescere sia a livello personale che professionale, aiutandoti a raggiungere il successo.

Se il professionista desidera migliorare, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete con i migliori contatti, questo è il posto giusto.

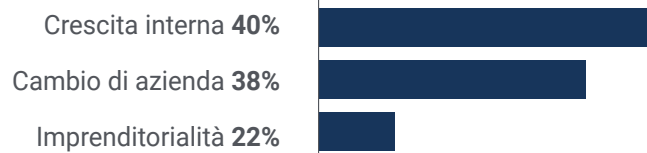
Migliora la tua posizione economica grazie alle strategie più avanzate nell'ambito della Customer Experience.

Non perdere l'opportunità di progredire ai vertici del tuo settore con questo Esperto Universitario.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **25,22%**



10

Benefici per la tua azienda

L'Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience sarà determinante nel portare il talento umano dell'azienda al livello successivo. Il personale *avrà quindi* piena dimestichezza con tecnologie come l'intelligenza artificiale, i Big Data e la realtà virtuale.

Senza dubbio, l'esperienza universitaria rappresenta un'opportunità unica per accedere a una potente rete di contatti in cui lo studente potrà trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.





“

*Sviluppa tutte le chiavi dei processi
di innovazione orientati al cliente”*

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista apporterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda stessa.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.

05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda.

06

Aumento della competitività

Questo programma fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e far crescere l'organizzazione.

11 Titolo

L'Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Innovazione nella Customer Experience**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Esperto Universitario Innovazione nella Customer Experience

- » Modalità: **online**
- » Durata: **12 mesi**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Esperto Universitario

Innovazione nella Customer Experience

