

Certificat Avancé

Recherche en Customer Experience



Certificat Avancé

Recherche en Customer Experience

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 semaines
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Temps estimé: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé aux: diplômés, titulaires d'un certificat ou d'un diplôme universitaire ayant obtenu un diplôme dans le domaine des sciences sociales, administratives et commerciales.

Accès au site: www.techtute.com/fr/ecole-de-commerce/diplome-universite/diplome-universite-recherche-customer-experience

Sommaire

01

Sommaire

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Structure et contenu

page 20

06

Méthodologie

page 28

07

Profil de nos étudiants

page 36

08

Direction de la formation

page 40

09

Impact sur votre carrière

page 44

10

Bénéfices pour votre entreprise

page 48

11

Diplôme

page 52

01 Sommaire

Le nouvel écosystème numérique oblige les entreprises à faire évoluer leurs stratégies pour attirer de nouveaux clients, les fidéliser et améliorer leur satisfaction dans le processus d'achat. Dans ce contexte, disposer des outils les plus avancés pour l'étude du marché potentiel et la découverte de nouvelles niches est la clé du succès commercial. C'est pourquoi TECH a créé ce diplôme 100% en ligne qui fournit aux professionnels les dernières informations sur les techniques de recherche, l'analyse du profil des consommateurs et la technologie pour mettre en œuvre un bon système d'expérience client. Le tout, en outre, avec un programme développé par les meilleurs experts et un contenu accessible 24 heures sur 24 à partir de n'importe quel appareil numérique doté d'une connexion Internet.



Certificat Avancé en Recherche en Customer Experience
TECH Université Technologique



“

Développez avec succès des plans de recherche sur l'expérience client grâce à ce Certificat Avancé 100% en ligne"

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande école de commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle de normes académiques des plus élevées. Un centre international performant pour la formation intensive aux techniques de gestion.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise"

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université propose un modèle d'apprentissage en ligne qui associe les dernières technologies éducatives à la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, bénéficiant de la plus haute reconnaissance internationale, qui fournira aux étudiants les clés pour évoluer dans un monde en constante évolution, où l'innovation doit être l'engagement essentiel de tout entrepreneur.

« *Histoire de Succès Microsoft Europe* » pour avoir incorporé un système multi-vidéo interactif innovant dans les programmes.



Exigence maximale

Le critère d'admission de TECH n'est pas économique. Vous n'avez pas besoin de faire un gros investissement pour étudier avec nous. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95 % | des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Chez TECH, des professionnels du monde entier participent, de sorte que les étudiants pourront créer un vaste réseau de contacts qui leur sera utile pour leur avenir.

+100 000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera main dans la main avec les meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talent

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de mettre en avant leurs intérêts et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

En étudiant à TECH, les étudiants bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Dans un programme à vision globale, grâce auquel vous apprendrez à connaître la façon de travailler dans différentes parties du monde, en recueillant les dernières informations qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les étudiants TECH sont issus de plus de 200 nationalités.



TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore la pensée critique, le questionnement, la résolution de problèmes et les compétences interpersonnelles des étudiants.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de Cas. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10 000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. De cette manière, elle garantit que les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez avec les meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



Chez TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique"

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre la porte à un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique"

Ce programme apportera une multitude d'avantages aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

Donner un coup de pouce définitif à la carrière des étudiants

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, ils acquerront les compétences nécessaires pour opérer un changement positif dans leur carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre un aperçu approfondi de la gestion générale afin de comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolidation des étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Accès à un puissant réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le même désir d'évoluer. Ainsi, les partenaires, les clients ou les fournisseurs peuvent être partagés.

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20 % de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde : la communauté de TECH Université Technologique.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

L'objectif de ce diplôme universitaire est de fournir aux étudiants les techniques et les méthodologies de recherche les plus efficaces et les plus récentes pour mesurer l'expérience de l'utilisateur. Pour atteindre cet objectif, TECH fournit non seulement le matériel pédagogique le plus innovant, mais aussi des simulations d'études de cas qui amèneront le diplômé à intégrer dans son travail quotidien les stratégies les plus avancées pour sa progression professionnelle dans le domaine de l'expérience client.



“

*Grâce aux stratégies de recherche
fournies par ce programme, vous serez
en mesure de détecter des niches de
marché potentielles pour vos marques”*

**TECH prend en compte les objectifs de ses étudiants
Ils travaillent ensemble pour les atteindre**

Le **Certificat Avancé en Recherche en Customer Experience** vous permettra de:

01

Analyser et mesurer l'expérience de l'utilisateur à partir de différents prismes

02

Diriger des projets de recherche combinant des techniques quantitatives et qualitatives

03

Identifier les besoins et les points sensibles à améliorer

04

Développer les avantages concurrentiels d'une entreprise

05

Démontrer et défendre des propositions pour la prise de décision stratégique de l'organisation



06

Mettre en place des méthodologies de travail qui rationalisent et encouragent la créativité et l'amélioration continue

08

Identifier et proposer des besoins potentiels du marché, des lacunes et des points sensibles pour l'optimisation des produits, des services et des processus internes

09

Identifier les sources de données pour la collecte des *Feedback* des clients

07

Développer des solutions efficaces à des problèmes complexes

10

Fournir les lignes directrices les plus appropriées pour la *Feedback* des commentaires des clients à chaque étape de la *Journey*



11

Fondamentaux des aspects clés de la gestion de l'expérience avec les équipes externes

12

Compiler des ressources et des références inspirantes pour concevoir un tableau de bord CX efficace

13

Concevoir un tableau de bord de la satisfaction client efficace, multirôle et orienté vers la prise de décision

14

Étayer la relation étroite entre la technologie et la culture de l'expérience client

15

Élaborer un diagnostic technologique comme point de départ de l'orchestration de l'information client



16

Détailler les différentes typologies de sources de *Feedback* client

18

Définir la valeur ajoutée d'une plateforme de Customer Experience *Management* (CEM)

19

Analyser l'utilité de l'utilisation d'une plateforme de données clients (CDP) et des processus et systèmes qui aident à alimenter les informations clients et à garder un œil sur le marché

17

Identifier les éléments clés pour la mise en place et le développement d'un CRM solide

20

Préciser les éléments clés pour une utilisation sécurisée et légale des données clients dans le cadre du GDPR



05

Structure et contenu

Le Certificat en Recherche en Customer Experience est un programme visant à fournir, en seulement 6 mois, les connaissances les plus complètes dans ce domaine. Pour cette raison, les étudiants auront à leur disposition un syllabus conçu par de véritables experts dans le domaine et de nombreux matériels pédagogiques innovants qui constituent la bibliothèque virtuelle de cette option académique.



“

Des modules multimédias, des études de cas et des lectures complémentaires sont à votre disposition 24 heures sur 24, 7 jours sur 7"

Programme d'études

Ce diplôme universitaire a été conçu en tenant compte des dernières tendances dans le domaine de la recherche visant à améliorer la satisfaction du client.

Un programme qui représentera sans aucun doute un avant et un après dans la carrière professionnelle des étudiants qui accèdent à ce programme dans le but d'approfondir leurs connaissances dans un domaine qui leur permettra de réaliser leurs aspirations professionnelles.

Ainsi, TECH propose un programme qui conduira le diplômé dès le premier instant à se plonger dans les techniques utilisées aujourd'hui pour l'étude et l'analyse du profil du consommateur, en tenant compte du nouvel espace de consommation numérique. De plus, grâce aux résumés vidéo de chaque sujet, aux vidéos en détail, aux lectures essentielles et aux études de cas, le professionnel approfondira de manière plus dynamique les outils d'écoute active, l'identification des opportunités et la gestion de l'expérience en fonction du degré de maturité de l'entreprise dans ce domaine.

De même, la méthode de *Relearning*, basée sur la répétition continue de contenus clés, permet aux étudiants d'apprendre beaucoup plus efficacement et de réduire le nombre d'heures consacrées à la mémorisation.

En outre, l'absence de présence en classe et les classes à horaires restreints offrent une plus grande flexibilité pour l'autogestion des études, ce qui permet aux étudiants de combiner leurs activités personnelles quotidiennes avec un enseignement de qualité, à l'avant-garde du monde académique.

Ce Certificat Avancé en Recherche en Customer Experience se déroule sur 6 mois et il est composé de 3 modules:

Module 1

Customer Science: Recherche en Customer Experience

Module 2

Customer Experience *Analytics*

Module 3

Technologie et outils avancés pour l'expérience client. Customer Department Platform (CDP)



Où, quand et comment l'enseignement est dispensé ?

TECH offre la possibilité d'étudier ce Certificat Avancé en Recherche en Customer Experience entièrement en ligne. Pendant les 6 mois de la spécialisation, les étudiants pourront accéder à tous les contenus de ce programme à tout moment, ce qui leur permettra d'auto gérer leur temps d'étude.

*Une expérience
éducative unique, clé et
décisive pour stimuler
votre développement
professionnel.*

Module 1. Customer Science: Recherche sur la Customer Experience

1.1. Principes et valeur de la Customer Experience

- 1.1.1. Différence entre CX et UX
- 1.1.2. Customer Experience en tant que stratégie d'entreprise
- 1.1.3. Transformation CX: Un pas de plus dans la culture organisationnelle

1.2. Facteur clé de l'expérience client: l'omni-canal

- 1.2.1. L'omni-canal. CX omni-canal
- 1.2.2. Expérience utilisateur omnicanale. Points clés
- 1.2.3. Détermination de la maturité omnicanale

1.3. Carte de la relation globale service-client: Blueprint

- 1.3.1. Blueprint. Utilité
- 1.3.2. Avantages du Blueprint en matière de CX
- 1.3.3. Conception d'un Blueprint

1.4. Processus d'évolution du CX d'une entreprise. Recherche

- 1.4.1. Recherche en termes de CX
- 1.4.2. Champ d'application de l'étude
 - 1.4.2.1. Cycle de vie du client
 - 1.4.2.2. Étapes
 - 1.4.2.3. Objet de la recherche
- 1.4.3. Techniques de travail d'amélioration de la CX. Exercices pratiques
- 1.4.4. Recherche avec des ressources limitées
- 1.4.5. *Research OPS*

1.5. Connaissance du client potentiel. Personnages archétypaux

- 1.5.1. La connaissance du client comme base de la conception de l'expérience
- 1.5.2. Les 12 archétypes de Jung
- 1.5.3. Design des personnages

1.6. Le parcours du client dans le CX

- 1.6.1. Parcours du client. Utilité
- 1.6.2. Parcours du client. Contributions
- 1.6.3. Concevoir un parcours client: Aspects clés

1.7. Techniques quantitatives en matière de CX

- 1.7.1. Techniques quantitatives Domaines d'application
- 1.7.2. Types de techniques quantitatives: utilité et indicateurs de mesure
 - 1.7.2.1. Enquêtes
 - 1.7.2.2. Test de l'utilisateur ou *User Test*
 - 1.7.2.3. Test A-B
 - 1.7.2.4. Intégration des mesures dans les processus
 - 1.7.2.5. *Tri des cartes*
 - 1.7.2.6. *Test d'arborescence*
 - 1.7.2.7. *Suivi des yeux*

1.8. Techniques qualitatives dans le CX

- 1.8.1. Techniques qualitatives. Domaines d'application
- 1.8.2. Types de techniques qualitatives: utilité et indicateurs de mesure
 - 1.8.2.1. Évaluation heuristique
 - 1.8.2.2. *Benchmark*
 - 1.8.2.3. Test de l'utilisateur ou *User Test*
 - 1.8.2.4. Entretiens personnels
 - 1.8.2.5. *Focus Group*
 - 1.8.2.6. *Shadowing // Mystery*
 - 1.8.2.7. Études de journal

1.9. Méthodologies d'utilisation de la CX

- 1.9.1. Méthodologies de travail
- 1.9.2. *Design Thinking*. Application pratique dans le CX
- 1.9.3. *Lean UX*. Application pratique dans le CX
- 1.9.4. *Agile*. Application pratique dans le CX

1.10. Accessibilité dans le cadre du CX

- 1.10.1. L'accessibilité dans le cadre du CX
- 1.10.2. Niveaux d'accessibilité du web. Aspect juridique
- 1.10.3. Sites, produits et services accessibles

Module 2. Customer Experience *Analytics***2.1. Qualité et activation des données. Éléments clés d'un tableau de bord**

- 2.1.1. Saisie des données
 - 2.1.1.1. Quoi, quand et comment recueillir le *feedback* des clients ?
- 2.1.2. Analyse des données
 - 2.1.2.1. Exigences maintien d'un système interprétable par les différentes couches de l'organisation au fil du temps
- 2.1.3. Prise de décision
 - 2.1.3.1. Interprétation et action

2.2. NPS, fidélisation de la clientèle

- 2.2.1. NPS: Ce qu'il calcule et comment?
- 2.2.2. Utiliser le NPS comme indicateur de performance clé. Avantages et inconvénients
- 2.2.3. Exemples et références sectorielles

2.3. CSAT Satisfaction des clients

- 2.3.1. CSAT: Ce qu'il calcule et comment ?
- 2.3.2. Utiliser le CSAT comme indicateur de performance clé. Avantages et inconvénients
- 2.3.3. Exemples et références sectorielles

2.4. Indicateurs de performance complémentaires

- 2.4.1. CES: Satisfaction du client quant au degré de difficulté d'une action particulière.
- 2.4.2. CLV: Valeur à vie du client
- 2.4.3. Taux d'attrition et de rétention
- 2.4.4. Spécificités sectorielles

2.5. Réputation en ligne Importance des données sémantiques de l'internet

- 2.5.1. Écoute active sur Internet: Analyse de la réputation de la marque sur les réseaux sociaux, les sites de comparaison et votre site web.
- 2.5.2. Stratégie de réponse: L'interaction comme outil de gestion de la réputation de la marque
- 2.5.3. Plateformes d'écoute et de gestion

2.6. Contact Center. Le téléphone, un levier puissant pour prendre le pouls du client

- 2.6.1. Illustration du rôle du CX dans le développement d'un produit innovant
- 2.6.2. Les phases essentielles
- 2.6.3. Erreurs courantes

2.7. Les clés pour obtenir une vision holistique du *Feedback* des clients

- 2.7.1. Sélectionner les indicateurs de KPI optimaux
- 2.7.2. Optimiser le moment du *journey* pour recueillir le retour des *feedback*
- 2.7.3. Identifier l'expérience client par typologie de profil de client

2.8. Architecture technologique. Aspects clés

- 2.8.1. Sécurité
- 2.8.2. Confidentialité
- 2.8.3. Intégration
- 2.8.4. Évolutivité
- 2.8.5. En temps réel

2.9. Le tableau de bord

- 2.9.1. Rôle
 - 2.9.1.1. Qui interagit ? objectif et fréquence
- 2.9.2. Visualisation des données
 - 2.9.2.1. Plateformes
- 2.9.3. Évaluation des implications des intégrations

2.10. L'expérience client à partir de différents points de départ: La voie de l'excellence

- 2.10.1. Degré de connaissance de votre client et du client cible
- 2.10.2. Gestion de l'expérience avec les équipes externes
- 2.10.3. Ressources, temps et suivi
- 2.10.4. Évangélisation de la part de l'équipe de direction

Module 3. Technologie et outils avancés pour l'expérience client. Customer Department Platform

3.1. Technologie, catalyseur de l'expérience client

- 3.1.1. Les clés d'un système CX soutenu par technologie
- 3.1.2. Technologie liée au CX
- 3.1.3. La technologie au service des personnes
- 3.1.4. Application pratique

3.2. Diagnostic technologique initial pour améliorer l'expérience client

- 3.2.1. Réaliser un diagnostic de l'innovation et de la technologie
- 3.2.2. Types d'entreprises en fonction de leur maturité technologique
- 3.2.3. Phases d'une mise en œuvre efficace de la technologie

3.3. Système de captation de l'information des clients

- 3.3.1. Le *Feedback* des clients comme base d'une CX actionnable
- 3.3.2. Sources de collecte directe d'informations
- 3.3.3. Sources de collecte d'informations indirectes
- 3.3.4. Sources innovantes d'acquisition de clientèle
- 3.3.5. Application pratique

3.4. Systèmes de collecte et de stockage d'informations sur les clients: CRM

- 3.4.1. CRM Pertinence
- 3.4.2. Applications pratiques de la gestion de la relation client
- 3.4.3. Les intégrations en tant qu'élément essentiel pour alimenter et optimiser l'utilisation de la gestion de la relation client
- 3.4.4. Éléments clés pour l'établissement et la maintenance des informations CRM

3.5. Systèmes d'analyse et d'obtention et d'obtenir des *Insights* sur les clients

- 3.5.1. Vision à 360° du client
- 3.5.2. Différence entre CRM et CEM
- 3.5.3. Les clés de la mise en place d'un système. CEM utile
- 3.5.4. Application pratique

3.6. Systèmes d'alimentation les *Customer Profiles*

- 3.6.1. Gérer les informations CRM pour améliorer la connaissance du client
- 3.6.2. Plates-formes facilitant une vision globale des clients
- 3.6.3. Application pratique

3.7. Systèmes permettant de piloter et de et personnaliser l'expérience du client CDP

- 3.7.1. Plate-forme de données clients (CDP)
- 3.7.2. La CDP pour améliorer le CX
- 3.7.3. Customer Intelligence Platform (CIP), une étape au-delà de la CDP

3.8. Systèmes d'études de marché

- 3.8.1. L'importance d'impliquer le client actuel et potentiel
- 3.8.2. *CX Research* pour intégrer le client dans nos décisions stratégiques
- 3.8.3. Des plateformes pour suivre les *Insights* et les tendances du marché
- 3.8.4. Application pratique

3.9. GDPR, cadre sécurisé pour le traitement des données des clients données des clients

- 3.9.1. RGPD À qui s'applique-t-il ?
- 3.9.2. Éléments clés de la conformité au GDPR
- 3.9.3. Non-conformité au GDPR. Conséquences

3.10. L'écosystème technologique pour améliorer la stratégie CX

- 3.10.1. Importance d'une technologie robuste pour une excellente CX
- 3.10.2. Schéma de l'intégration des systèmes CX
- 3.10.3. Clés pour s'assurer que la technologie ne va pas à l'encontre du CX



“

Renforcez la stratégie de CX dans le nouvel écosystème technologique grâce à ce diplôme universitaire de haut niveau”

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.

“ *Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels”*

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



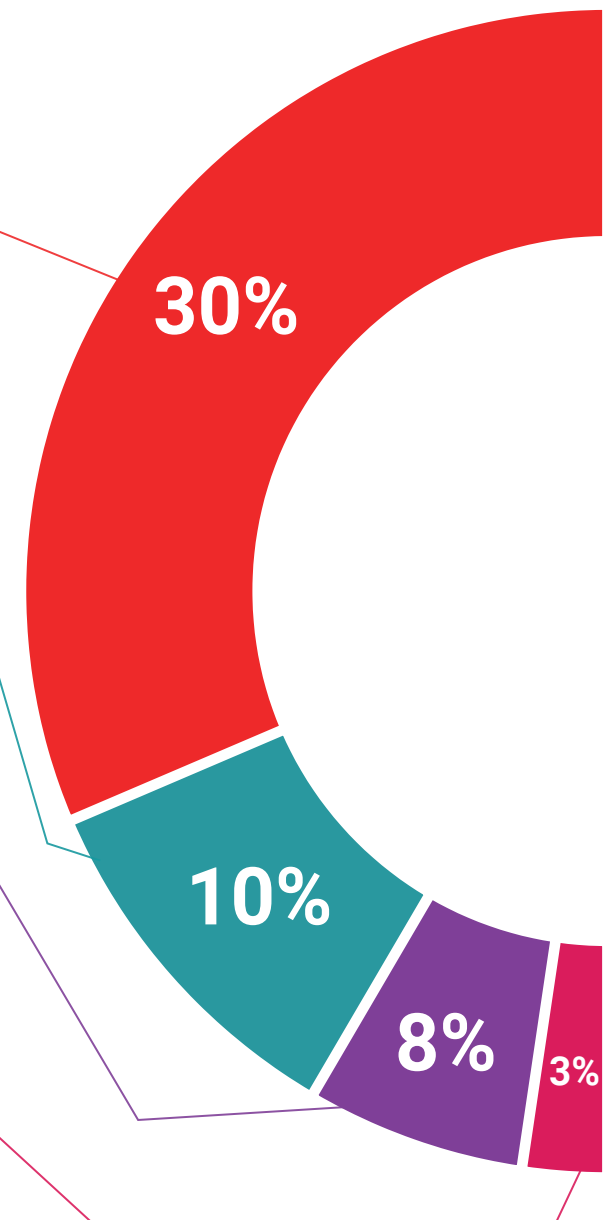
Stages en compétences de gestion

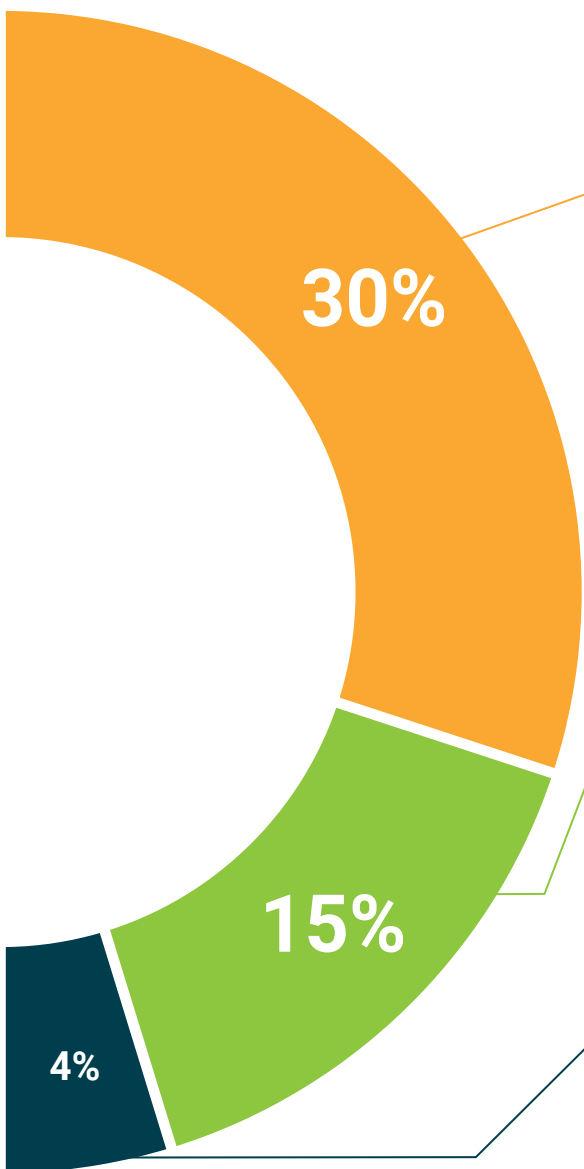
Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Profil de nos étudiants

Le programme s'adresse aux diplômés et aux diplômés universitaires qui ont déjà obtenu un diplôme dans le domaine des sciences sociales, administratives et commerciales.

La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nations, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.

Le Certificat Avancé peut également être suivi par des professionnels qui, ayant obtenu un diplôme universitaire dans n'importe quel domaine, ont deux ans d'expérience professionnelle dans le domaine de l'expérience client.





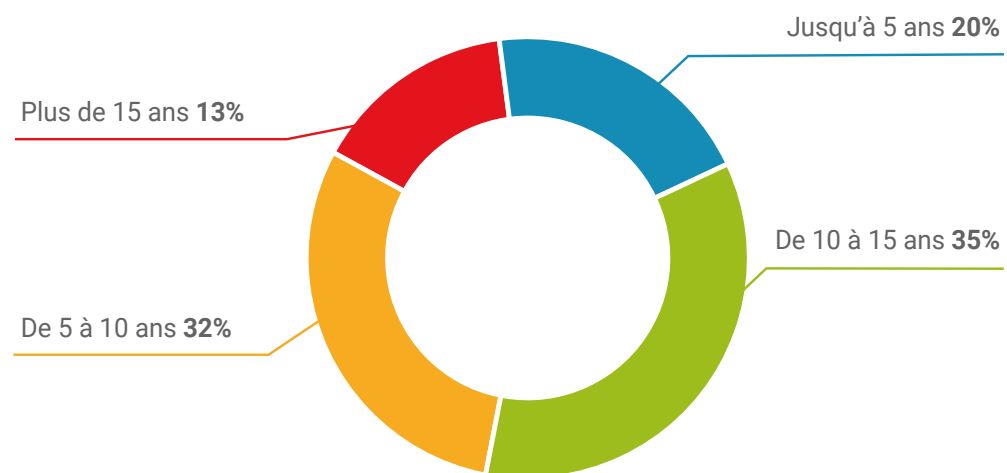
“

Améliorez vos compétences en matière d'écoute active des clients sur les médias sociaux et leur analyse pour améliorer l'attention qu'ils reçoivent des marques"

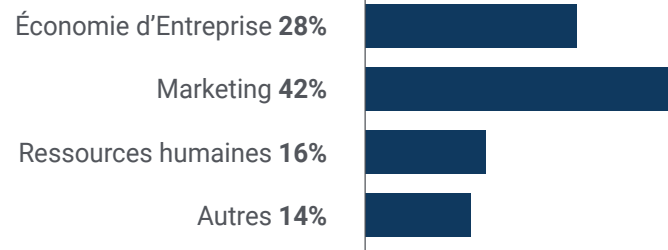
Âge moyen

Entre **35** et **45** ans

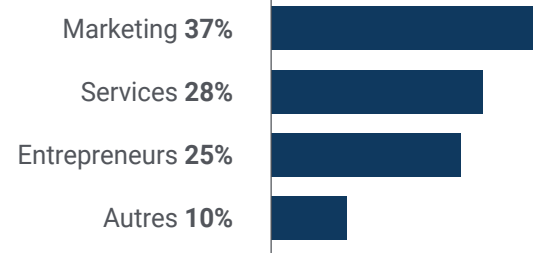
Années d'expérience



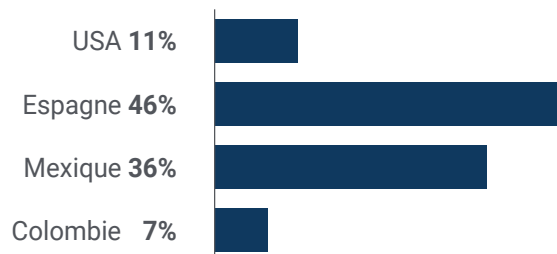
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Julia Ruiz

Spécialiste en Marketing et Customer Experience

"Il n'est pas facile de trouver un diplôme universitaire avec un contenu avancé qui soit également compatible avec le travail. En l'occurrence, TECH m'a offert tout ce que je recherchais et m'a également permis de progresser dans la gestion de la Customer Experience pour d'importantes entreprises"

08

Direction de la formation

TECH a réuni dans ce cours universitaire des cadres et des enseignants de haut niveau dans le monde du marketing et de l'attraction des clients. Leur grande capacité à se développer dans ce secteur et à intégrer les dernières tendances en matière d'études de marché et de satisfaction du consommateur est évidente dans le programme auquel les étudiants auront accès, à tout moment de la journée, à partir d'un appareil numérique doté d'une connexion Internet.



“

D'excellents professionnels du monde du marketing vous permettront d'acquérir une formation avancée dans le domaine de la recherche en Customer Experience”

Direction



Mme Yépez Molina, Pilar

- Consultante en marketing et formatrice pour les entreprises sous la marque La Digitalista
- Directrice exécutive de la création et partenaire fondatrice de ÚbicaBelow pour la création et le développement de campagnes de marketing en ligne et hors hors
- Directrice créative exécutive chargé de créer et de développer des campagnes de marketing promotionnel et relationnel pour des clients en ligne et hors ligne chez Sidecar SGM
- Responsable de la création en ligne et directeur exécutif de la création chez MC Comunicación
- Professeur de marketing numérique à l'École supérieure de journalisme de Catalogne
- Professeur de marketing numérique et de stratégies de communication dans le cadre du diplôme d'ingénieur du BES La Salle
- Professeur de marketing numérique à EUNCET Business School
- Diplôme d'Etudes Supérieures en Marketing Relationnel par l'Institut de l'Economie Numérique ICEMD
- Licence en Publicité et Relations Publiques de l'Université de Séville

Professeurs

Mme Luchena Guarner, Estefanía

- ◆ Consultant numérique senior chez AKTIOS
- ◆ Cat Salut
- ◆ Banc Sabadell
- ◆ CaixaBank (CaixaBank Consumer Finance et Caixabank Digital)
- ◆ BBVA, Línea Directa, etc..
- ◆ Diplôme d'Expert Technique en Design Graphique et Multimédia et en Gestion Informatique de l'Université ESERP-ESDAI
- ◆ Certifiée Scrum et Product Owner par l'École Internationale de Gestion de Projet (EIGP)
- ◆ Product Owner, certifiée en Gestion de Projet Agile et Certification SCPO (Scrum Certified & Product Owner)
- ◆ Scrum Master dans le Programme Avancé de Gestion de Projet Agile de Digital Talent
- ◆ Certificat HTML+CSS Avancé et Web Design par SoftObert
- ◆ Certificat HTML5+CSS3 Responsive et Web Design par SoftObert
- ◆ Certification en Programmation Neurolinguistique (PNL)

Dr Rueda Salvador, Daniel

- ◆ Customer Intelligence Director chez Iberostar Group
- ◆ Chef de Projet Digital chez Iberostar Group
- ◆ Analyste de l'Innovation et de l'Expérience Client
- ◆ Conseiller en Commerce Extérieur et Investissement
- ◆ Agent d'Accueil et de Service à la Clientèle
- ◆ Master en Gestion des Affaires Internationales du Centre d'Etudes Economiques et Commerciales (CECO)
- ◆ Programme de Développement de la Gestion, de l'Administration et de la Gestion par l'Ecole de Commerce de Deusto
- ◆ Diplôme en Administration et Gestion des Entreprises avec une spécialisation en Marketing et Vente de l'Ecole de Commerce de Deusto



*Une expérience de formation unique,
clé et décisive pour stimuler votre
développement professionnel*

09

Impact sur votre carrière

Ce programme a été conçu pour favoriser la carrière professionnelle des étudiants qui le suivent. La forte demande de spécialistes qualifiés par les grandes entreprises pour l'incorporation des stratégies les plus efficaces en matière d'expérience client est évidente dans cet expert universitaire, qui intègre les dernières tendances en matière de techniques de recherche.





“

Distinguez-vous dans le secteur en concevant un modèle efficace de gouvernance de la satisfaction de la clientèle”

Êtes-vous prêt à faire le grand saut ? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

Le Certificat Avancé Customer Experience de TECH est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever les défis, et à prendre les décisions entrepreneuriales dans le domaine l'expérience des clients. Son principal objectif est de favoriser votre développement personnel et professionnel en vous aidant à y parvenir.

Si vous voulez vous améliorer, apporter un changement positif à un niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, c'est l'endroit idéal pour vous.

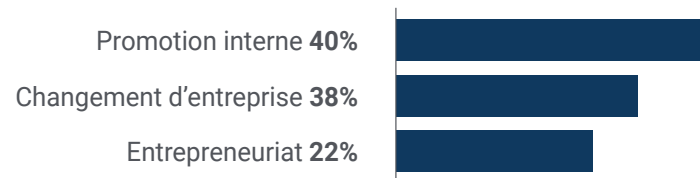
Dépassez-vous en mettant en œuvre les outils les plus avancés pour gérer l'expérience client.

Réalisez vos aspirations professionnelles dans le domaine de la recherche sur l'expérience client grâce à cette qualification.

Moment du changement

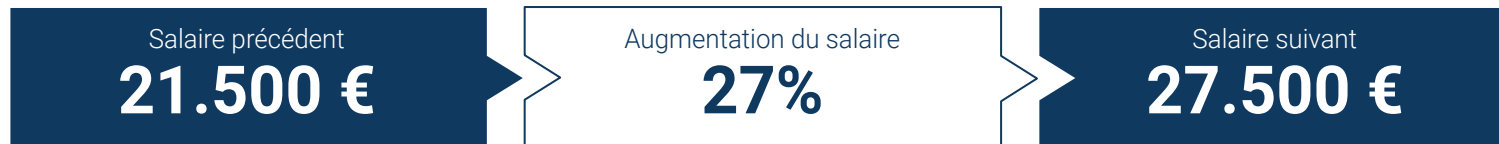


Type de changement



Amélioration du salaire

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **27%** pour nos étudiants.



10

Bénéfices pour votre entreprise

Ce programme est conçu pour favoriser non seulement la croissance du professionnel, mais aussi celle des entreprises dans lesquelles il exerce ses fonctions quotidiennes. Les entreprises pourront ainsi compter sur un *Staff* spécialisé capable d'intégrer les dernières techniques de recherche visant à améliorer la satisfaction des clients des principales entreprises et marques présentes sur le marché. Il s'agit sans aucun doute d'une opportunité de croissance mutuelle.



“

Ce programme vous permettra d'approfondir les stratégies de recherche employées par les entreprises pour identifier les profils des consommateurs"

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel, ou développer de nouveaux projets, dans le domaine de la R+D ou le Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce programme permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



11 Diplôme

Le Certificat Avancé en Recherche en Customer Experience garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Terminez ce programme avec succès et obtenez votre diplôme universitaire sans avoir à vous déplacer ou à remplir des formalités administratives”

Ce **Certificat Avancé en Recherche en Customer Experience** contient le programme le plus complet et actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Certificat Avancé** délivrée par **TECH Université Technologique**

Le diplôme délivré par TECH Université Technologique indiquera la note obtenue lors du **Certificat Avancé**, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Recherche en Customer Experience**

Heures Officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Certificat Avancé

Recherche en Customer Experience

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 semaines
- » Diplôme: TECH Université Technologique
- » Temps estimé: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Recherche en Customer Experience