CUSTOMER EXPERIENCE STRATEGIST

PROFESSIONAL CERTIFICATION



CXSPC™ Versión 112025

*Este programa ha sido desarrollado con el apoyo de inteligencia artificial generativa y validado mediante rigurosos procesos de edición y control interno en Certiprof.

Customer Experience Strategist

Syllabus V112025

Introducción	3
Objetivos de aprendizaje	3
Público Objetivo	3
Requisitos Previos	3
Formación	3
Examen de Certificación	4
Contenido	4

CERTIPROF® is a registered trademark of CertiProf, LLC in the United States and/or other countries.

Introducción

Esta certificación en Customer Experience (CX) está diseñada para proporcionar un conocimiento integral sobre la gestión de la experiencia del cliente. Abarca desde los fundamentos del CX hasta la implementación de estrategias avanzadas que mejoran la satisfacción, lealtad y retención de clientes a través del uso de frameworks y tecnologías innovadoras. El curso está alineado con modelos reconocidos, como los de Forrester, Gartner y el Customer Experience Maturity Model (CEMM).

Objetivos de aprendizaje

- Entender la importancia estratégica del CX en el éxito empresarial.
- Aprender a medir y analizar la experiencia del cliente utilizando métricas clave (NPS, CSAT, CES).
- Desarrollar habilidades para mapear el ciclo de vida del cliente y gestionar puntos de contacto críticos.
- Implementar estrategias omnicanal y personalizadas para mejorar la lealtad del cliente.
- Evaluar y escalar la madurez del CX dentro de la organización mediante el uso de tecnologías avanzadas.

Público Objetivo

- Gerentes de marketing y CX.
- Consultores de experiencia del cliente.
- Profesionales involucrados en la gestión de puntos de contacto y satisfacción del cliente.
- Miembros de equipos responsables de la implementación de estrategias CX.

Requisitos Previos

- No hay requisitos previos formales para esta certificación.

Formación

- Tipo de curso: Profesional
- Código de certificación: CXSPC™
- Vencimiento: 3 años

CERTIPROF® is a registered trademark of CertiProf, LLC in the United States and/or other countries.

Examen de Certificación

- Formato: Selección múltiple
- Material de consulta: No
- Preguntas: 40
- Puntaje de aprobación: 32/40 o 80%
- Duración: 60 minutos
- Entrega: En línea
- Supervisión: No se requiere supervisión

Contenido

Módulo 1: Fundamentos del Customer Experience (CX)

1.1. Definición y evolución del CX: Desde el servicio al cliente hasta la estrategia total.

1.2. Importancia estratégica del CX como diferenciador competitivo.

1.3. Modelos de CX: Forrester, Gartner y CEMM.

1.4. Factores clave que impulsan una experiencia de cliente exitosa.

1.5. Conexión emocional en el CX y su impacto en la lealtad.

Módulo 2: Medición y Análisis del Customer Experience (CX)

2.1. Principales métricas: NPS, CSAT, CES.

2.2. Técnicas de análisis de datos: Descriptivo, predictivo, prescriptivo.

2.3. Análisis del feedback del cliente y herramientas de escucha activa.

2.4. Herramientas tecnológicas para la medición del CX: CRM y análisis de big data.

Módulo 3: Gestión de la Experiencia del Cliente según Forrester

3.1. Pilar 1: Efectividad - Cumplir con las expectativas del cliente.

3.2. Pilar 2: Facilidad - Minimizar la fricción en las interacciones.

3.3. Pilar 3: Emoción - Generar experiencias positivas emocionalmente.

3.4. Estrategias para garantizar la coherencia omnicanal.

3.5. Personalización de experiencias a través de tecnología avanzada.

CERTIPROF® is a registered trademark of CertiProf, LLC in the United States and/or other countries.

Módulo 4: Ciclo de Vida del Cliente según Gartner

4.1. Mapeo del viaje del cliente y puntos de contacto críticos.

4.2. Estrategias de personalización en cada fase del ciclo de vida del cliente.

4.3. Omnicanalidad como estrategia para ofrecer una experiencia integrada.

4.4. Tecnología como habilitador del Customer Journey.

Módulo 5: Escalando el CX con el Customer Experience Maturity Model (CEMM)

5.1. Evaluación del nivel de madurez de CX en una organización.

5.2. Planificación estratégica para avanzar en la madurez de CX.

5.3. Integración de la tecnología y automatización en el CX.

5.4. Análisis de casos de éxito en la implementación de CX.

CERTIPROF® is a registered trademark of CertiProf, LLC in the United States and/or other countries.