



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

En alianza con:

clientrika.

AVALADO POR CXPA - CUSTOMER EXPERIENCE  
PROFESSIONALS ASSOCIATION

FORMACIÓN MODULAR

# Bootcamps Series: Customer Value Pro Toolkit



CLASES  
PRESENCIALES

**POSGRADOS &  
FORMACIÓN CONTINUA**

Ciencias Económicas y Empresariales

## ¿Qué es un Bootcamp?



Los Bootcamps son cursos intensivos pensado para formar al alumnado en las competencias necesarias para empezar a trabajar inmediatamente.



Estos cursos cuentan con temarios concentrados y se enfocan en las cuestiones prácticas del día a día de la profesión.



En la UDEP, hemos pensado, en conjunto con nuestro aliado académico CLIENTRIKA, en una formación modular compuesta por 3 bootcamps independientes que juntos forman Bootcamp Series: Customer Value Pro Toolkit.

La formación modular está compuesta por 3 BootCamps, independientes que cubren esta necesidad:

🕒 6h

**Customer Discovery:** La Segmentación de Clientes a través de los Jobs-to-be-Done.

🕒 6h

**Customer Insights:** El Programa de Voz del Cliente (VoC) como motor accionable de lealtad.

🕒 6h

**Customer Value Management:**

La revolución de la gestión de experiencias basada en valor.

## I. CUSTOMER DISCOVERY

La Segmentación de Clientes a través de los Jobs-to-be-Done

### Objetivo

Capacitar a los participantes en la aplicación de la metodología Jobs to be Done para identificar las necesidades fundamentales de los clientes y segmentarlos de manera efectiva. Esta metodología se basa en que los clientes evalúan qué problema pueden resolver con la compra/uso del mismo.

### Dirigido a:



Profesionales de Customer Experience, Marketing, Innovación, Operaciones, Servicio, Ventas, y cualquier área que tenga relación con el entendimiento y segmentación.



Directivos, profesionales, dueños de empresas y emprendedores que desean implementar una nueva segmentación de cliente mucho más efectiva.



Profesionales de Innovación, Diseño, Transformación, Digital, Comunicaciones y responsables de direccionar procesos de transformación.

### Habilidades que obtendrás:



Entender el proceso completo de creación de segmentos vía Jobs-to-be-done.



Crear segmentos de clientes y propuestas de valor Customer-centric en base a los insights y metodología Jobs-to-be-done.



Implementar estrategias de negocio basadas en la comprensión de los segmentos con Jobs-to-be-done.

## ► Bloque I

9:00 am a 12:15 pm (3 horas + 15 minutos de break)



### MÓDULO 01

#### Introducción a Jobs to be Done (0.5 horas)

- ¿Qué son los "Jobs to be Done"?
- Importancia de la Segmentación



### MÓDULO 02

#### Identificación de Trabajos por Hacer (1.5 horas)

- Entendiendo las necesidades fundamentales
- Mapa de Progresos



### MÓDULO 03

#### Creación de Segmentos basados en Trabajos (1 hora)

- Segmentación por necesidades Fundamentales
- Creación de Perfiles de Cliente

## ► Bloque II

2:00 pm a 5:15 pm (3 horas + 15 minutos para un break)



### MÓDULO 04

#### Aplicación de la Segmentación en Estrategias de Producto (1.5 hora)

- Desarrollo de Ofertas Centradas en el Cliente
- Comunicación Efectiva

Actividad Práctica y Estudio de Casos (1 hora)

Conclusiones y Evaluación (0.5 horas)

## II. CUSTOMER INSIGHTS

El Programa de Voz del Cliente (VoC) como motor accionable de lealtad

### Objetivo

Capacitar a los participantes en la comprensión y aplicación efectiva de la voz del cliente que permita accionar insights, generar innovación continua e impactar lealtad en el negocio.

### Dirigido a:



Profesionales de Customer Experience, Marketing, Innovación, Operaciones, Servicio, Ventas, y cualquier área que tenga relación con la estrategia y/o gestión del programa de voz de clientes.



Directivos, profesionales, dueños de empresas y emprendedores que desean implementar un programa de voz del cliente.



Profesionales de Innovación, Diseño, Transformación, Digital, Comunicaciones y responsables de direccionar procesos de transformación hacia un foco de experiencia a través de la gestión de un programa de Voz del Cliente.

### Habilidades que obtendrás:



Entender en qué nivel de madurez de voz de cliente se encuentra su empresa.



Gestionar las 6 dimensiones de un programa de voz del cliente.



Implementar y/o repotenciar de manera estratégica la voz del cliente de manera que se convierta en un motor de lealtad con impacto en el negocio.

## ► Bloque I

9:00 am a 12:15 pm (3 horas + 15 minutos de break)



### MÓDULO 01

#### Introducción a la Voz del Cliente (0.5 hora)

- Definición e Importancia
- Ciclo de Retroalimentación



### MÓDULO 02

#### Las 6D's del VoC (1.5 horas)

- Entendimiento de las 6D's: Construcción de lienzo basadas en las 6 dimensiones.
- Madurez del VoC



### MÓDULO 03

#### Métodos de Recopilación de Datos (1 hora)

- Métricas Claves
- Encuestas y Cuestionarios
- Entrevistas en Profundidad

## ► Bloque II

2:00 pm a 5:15 pm (3 horas + 15 minutos para un break)



### MÓDULO 04

#### Interpretación y Priorización (1 hora)

- Interpretación de hallazgos



### MÓDULO 05

#### Implementación de Cambios basados en la Voz del Cliente (1.5 horas)

Planificación Estratégica  
Ciclo de Mejora Continua

- Conclusiones y Evaluación (0.5 horas)

### III. CUSTOMER VALUE MANAGEMENT

La revolución de la gestión de experiencias basada en valor (6 horas)

### Objetivo

Capacitar a los participantes en la comprensión y aplicación efectiva de metodología de customer value management que les permitirá mejorar los resultados de negocio de forma sostenible a partir de la gestión estratégica de la base de clientes y de su ciclo de vida.

### Dirigido a:



Profesionales de Customer Experience, Marketing, Innovación, Operaciones, Servicio, Ventas, y cualquier área que tenga relación con la generación del valor de iniciativas centradas en el cliente.



Directivos, profesionales, dueños de empresas y emprendedores que desean implementar una metodología de Gestión de Valor con impacto real.



Profesionales de Innovación, Diseño, Transformación, Digital, Comunicaciones y responsables de direccionar procesos de transformación hacia un foco de experiencia.

### Habilidades que obtendrás:



Entender cómo su empresa está gestionando el valor a lo largo del ciclo de vida del cliente.



Gestionar los 7 drivers de valor del cliente y su impacto financiero en la empresa.



Tener una metodología de como lograr una transformación basada en valor que genere rentabilidad de forma sostenible teniendo como aliados a los líderes y ejecutivos de la empresa.

## ► Bloque I

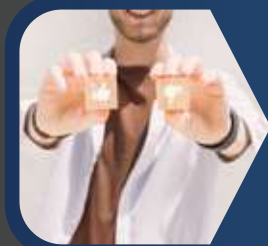
9:00 am a 12:15 pm (3 horas + 15 minutos de break)



### MÓDULO 01

#### Introducción al Customer Value Management (0.5 hora)

- Definición e Impacto
- Customer Value Framework



### MÓDULO 02

#### Value Generation (1.5 horas)

- La Generación de Valor del Cliente
- Experience Value vs. Business Value.



### MÓDULO 03

#### Value Realization (1 hora)

- Tangibilización del Valor del Cliente
- Customer Value Diagram y el recorrido del cliente desde una mirada de valor.

## ► Bloque II

2:00 pm a 5:15 pm (3 horas + 15 minutos para un break)



### MÓDULO 04

#### Customer Value Drivers (1.5 horas)

- Drivers del Valor del Clientes
- Impacto en el negocio y gestión de cada driver



### MÓDULO 05

#### Value Implementation (1.5 horas)

- Implementación de Valor del Cliente
- Mirada del Ciclo de Vida del Cliente
- Revisión Caso de Negocio

- Conclusiones y Evaluación (0.5 horas)

## Docentes:



**Sebastien Munar**

Trayecto

Economista por la Universidad del Pacífico y Máster en International & Marketing Management por IE Business School (España). Especialista en Experiencia del Cliente, CX Economics y Customer Value Management. Es Director General de Clientrika | CX Economics, y miembro de la Junta Directiva Global de la Customer Experience Professionals Association (CXPA). Ejecutivo senior en las áreas de experiencia del cliente, marketing estratégico, transformación digital, innovación, retención (churn), analytics, planeamiento comercial y pricing. Con sólidos conocimientos financieros y cuantitativos.



**David Tirado**

Trayecto

Administrador y Contador por la Universidad del Pacífico, con especializaciones en Business Process Management (BPM) por la Pontificia Universidad Católica del Perú, e Innovation Management and Entrepreneurship por la HEC Paris. Certificación CCXP, trainer avalado y miembro de la Customer Experience Professionals Association (CXPA). Consultor y experto en el diseño e implementación de productos y servicios centrados en el cliente con el objetivo de lograr experiencias y puntos de contacto que sean deseables (ROI y NPS), usables (UX/UI) y eficientes (procesos y optimización).



## Metodología

Los BootCamps comprenden explicaciones conceptuales, uso del método del caso, realización de dinámicas y trabajo grupales para desarrollar los aspectos conceptuales y desarrollo de casos prácticos y/o talleres de aplicación.

## A tomar en cuenta

Los **3 BootCamps** son independientes. Los interesados pueden llevar 1, 2 o 3 bootcamps que hacen parte de la formación modular completa "Bootcamps Series".



## Certificación

Se otorgará por aprobar cada BOOTCAMP:

- **Un certificado de finalización** de 1 Bootcamp por la Universidad de Piura.
- **Un certificado internacional** de finalización de **1 Bootcamp a nombre de Clientrika** avalado por la Customer Experience Professionals Association.

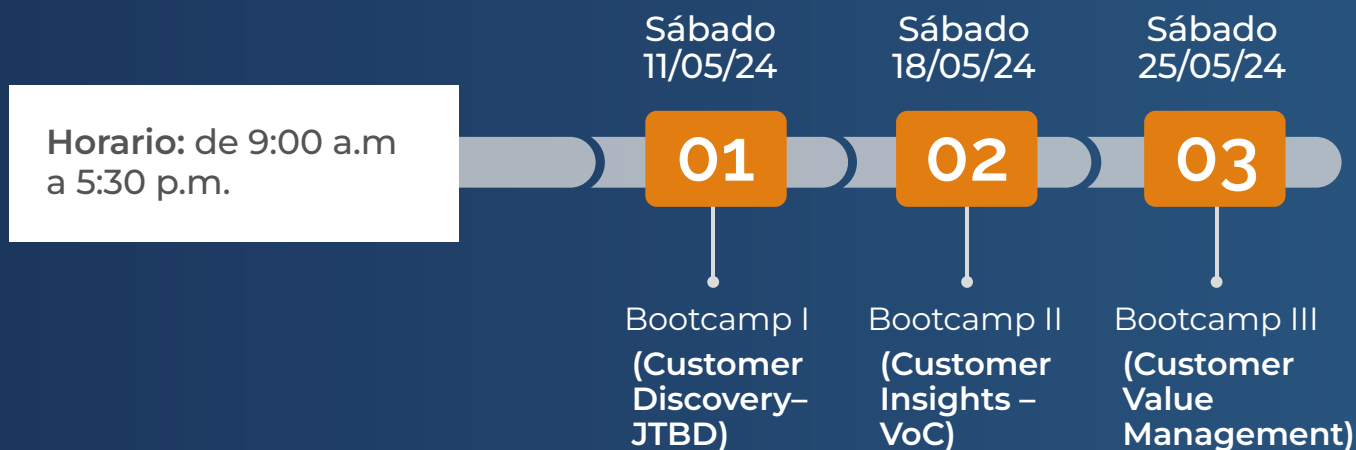
En caso un participante lleve y apruebe los **3 BOOTCAMPS** de la formación modular Bootcamp Series: Customer Value Pro Toolkit, se le otorgará adicionalmente:

- **Un certificado de formación modular completa** por la Universidad de Piura.
- **Un certificado internacional** de la formación completa **“Bootcamps Series”** a nombre de Clientrika avalado por la Customer Experience Professionals Association.

# Duración y Horario

## Duración:

- 🕒 6 hrs por bootcamp / 18 hrs en total  
100% presencial



# Inversión

La inversión del Bootcamp es de: **S/. 750 soles** cada uno.

- \* Consultar a la ejecutiva sobre el beneficio exclusivo por llevar más de un bootcamp.

# Descuentos

- 10% para egresados UDEP y exalumnos de los programas de CLIENTRIKA.
- 5% por dos o más participantes de una misma empresa.
- **Los descuentos no son acumulativos.**



# UNIVERSIDAD DE PIURA