



EGADE Business School
Tecnológico de Monterrey

Executive Education

Optimizando la **Experiencia del Cliente** desde una perspectiva transversal que incluye socios y empleados hasta plataformas de interacción final.

Challenge
the present,
Shape
the future.

Brand Customer Experience

Boosting Brand Value & Customer Experience.

Brand Customer Experience, de **Executive Education de EGADE Business School**, está diseñado para brindar una visión estratégica de la experiencia del cliente como valor de marca. Profundizarás en diversas estrategias directivas y habilidades humanas transversales que son necesarias para mejorar la experiencia del cliente y superar sus expectativas.

Lograrás definir el Modelo de Experiencia del Cliente como Valor de Marca, mediante el análisis y la comprensión de distintos ejemplos aplicados por empresas exitosas centrándose en el estudio transversal de los distintos actores involucrados en la Experiencia del Cliente. Esto permite tanto a directivos como desarrolladores detectar y entender las necesidades del cliente antes de implementar una estrategia total hacia el mercado.

Los expertos de EGADE Business School te guiarán en el desarrollo de habilidades y conocimientos necesarios para proporcionar una óptima Experiencia del cliente para México y América Latina, lo cual representa una ventaja competitiva para cualquier empresa u organización que quiera impulsar su valor de marca como fortaleza de negocio a través de estrategias de comercialización efectivas.

Perfil

Función

61% Gerentes Senior
Team leaders

39% Directores

Género



54%
mujeres



46%
hombres

Área de especialidad

69%
Negocios

23%
Ingeniería

8%
Ciencias
Creativas

Comprende de manera integral la Experiencia Total del Cliente en México y América Latina como primer paso hacia la optimización y fidelización.



Lo que te llevas

- Mejor comprensión de las variables que afectan el Valor de Marca
- Conocimiento profundo de diversas mejores prácticas sobre la Experiencia del Cliente.
- Comprensión de los aspectos críticos que se deben compartir entre las áreas para mejorar la lealtad del cliente a través de la satisfacción.
- Herramientas de medición prácticas a implementar en tu ecosistema de negocio.
- Dominio de los términos utilizados en los ámbitos de Branding y Experiencia del Cliente.

Este programa va dirigido a:

- Dueños de PYMES que buscan expandir sus negocios.
- Gerentes y directivos de grandes empresas con enfoque en la experiencia del cliente.
- Gerentes y directivos de empresas de cualquier tamaño explorando nuevas líneas de negocio o productos.
- Gerentes y directivos de empresas que buscan establecer mediciones de satisfacción del cliente.
- Gerentes y directivos de empresas que desean mejorar su desempeño en ventas.
- Gerentes y directivos de empresas que buscan mejorar el ambiente laboral dentro de su organización.
- Gerentes y directivos de empresas que buscan mejorar la lealtad de sus clientes.
- Líderes de organizaciones sin fines de lucro que buscan expandir su impacto social.
- Líderes de instituciones educativas que buscan mejorar la comunicación con sus clientes.

Modelo Educativo

- Aprendizaje práctico de conceptos, modelos y técnicas sólidas.
- Recursos de videos y casos de mejores prácticas.
- Discusiones, mentorías y tutorías con expertos.



Módulo 1

Experiencia Total (TX)

Por: Fernando Sierra, Alfonso Ávila y Abhishek Nayak

Experiencia Total (TX) como estrategia transversal para la generación de valor.

Aprende a definir el modelo de experiencia del cliente como valor de marca, detectar a colaboradores, clientes y competidores, analizar la misión y visión en función de las necesidades del cliente y prospectar la oferta de valor en cada fase de la experiencia total.

Módulo 2

Experiencia de Marca (BX)

Por: Fernando Sierra

Experiencia de Marca (BX) para detectar y entender las necesidades del mercado.

Mejora tu estrategia de branding segmentando el mercado de manera correcta para crear valor de marca, lo que te permitirá establecer un mercado objetivo más definido y congruente. Explorarás las mejores prácticas para planear el posicionamiento de la marca y activar la compra efectiva, herramientas y técnicas para auditarla, y evaluar su credibilidad para tomar decisiones más informadas de gestión de la marca.

Módulo 3

Experiencia del Socio (PX)

Por: Eva Guerra

Experiencia del Socio (PX) para la toma de decisiones a través de la administración del cambio.

Profundiza en diversos aspectos clave para una relación positiva y duradera con todas las partes a través de la comunicación efectiva con los actores involucrados durante el seguimiento y capacitación posterior a la venta. Explorarás estrategias de mercadotecnia que buscan el beneficio mutuo, así como herramientas y programas de lealtad para fomentar la retención y fidelización.

Módulo 4

Experiencia del Empleado (EX)

Por: Abhishek Nayak

Experiencia del Empleado (EX) en el contexto cultural de las organizaciones.

Aprende a crear una cultura centrada en el cliente, diseñando el servicio en función de sus expectativas. Descubre estrategias para agilizar los procesos y políticas internas que impactan al cliente y analiza métricas como el NPS para medir y mejorar la satisfacción.

Módulo 5

Experiencia del Cliente (CX)

Por: Eva Guerra

Experiencia del Empleado (EX) para la creación de un entorno centrado en el cliente.

Crea una experiencia integral que tome en cuenta la voz del empleado. Esto implica capacitar al talento para brindar el mejor servicio, detectar los puntos de dolor y cuellos de botella del cliente, e implementar estrategias de resolución pronta de problemas.



Módulo 6

Experiencia en la Innovación (IX)

Por: Abhishek Nayak

Experiencia Digital (DX) para la implementación de indicadores de la satisfacción del cliente.

Conoce la transición de la digitalización hacia la transformación digital. Descubrirás cómo generar soluciones multimedia para conectar con el cliente y validar la consistencia del mensaje a través de distintos canales digitales. Además, aprenderás a descentralizar la creación digital para su monetización real.

Módulo 7

Experiencia Digital (DX)

Por: Alfonso Ávila

Eleva la interacción humana en puntos de contacto clave, innova para mejorar la experiencia del cliente y planifica dinámicas de innovación para la mejora continua. Implementa herramientas tecnológicas para potenciar el servicio en un enfoque holístico impulsado por el crecimiento.

Módulo 8

Experiencia del Usuario (UX)

Por: Fernando Sierra

Experiencia del Usuario (UX) mediante la implementación de soluciones ágiles.

Descubre cómo elevar la interacción humana mediante distintos puntos de contacto, así como a innovar en la mejora de la experiencia de tus usuarios o consumidores. Aprenderás a planear dinámicas de innovación para la mejora continua y a implementar herramientas tecnológicas para mejorar el servicio.

Módulo 9

Experiencia Futura (FX)

Por: Fernando Sierra

Experiencia Futura (FX) para afrontar nuevas tendencias de negocios como el nearshoring.

Obtén las herramientas necesarias para crear experiencias personalizadas y duraderas que atraigan a los clientes. Descubrirás la importancia de mejorar el lenguaje, tono de voz e imagen de la marca para diseñar experiencias futuras que sean atractivas, memorables y significativas para los clientes. Además, explorarás estrategias para crear experiencias de marca que hagan que cada momento cuente para así comprender las necesidades del cliente a través de los canales más eficaces.

**La apertura de los programas depende de contar con un grupo mínimo de participantes.*

Si no se llega a completar este grupo, se notificará a los inscritos de manera oportuna sobre cualquier cambio relacionado con el inicio del programa.



Conoce a nuestros instructores



Fernando Sierra

Líder Académico y Gerente Global de Mercadotecnia y Comunicaciones en Sumitomo Drive Technologies | Profesor de Cátedra en EGADE Business School del Tecnológico de Monterrey

Enfocado en crear soluciones creativas a problemas complejos, desde cuestiones locales hasta retos globales; teniendo en cuenta las diferencias culturales y el contexto de cada persona y organización, a través de la formación y liderazgo de equipos de excelencia para lograr cambios sostenibles y duraderos en beneficio de cada organización y sus grupos de interés.

Ha trabajado con más de 120 organizaciones y más de 1,000 personas dentro de empresas líderes y universidades de clase mundial en América, Asia y Europa, en temas como Branding, Marketing, Comunicaciones, Gestión del Cambio, Transformación Digital, Experiencia del Cliente y Estrategia Empresarial.



Alfonso Ávila

Profesor Investigador en Innovación y Emprendimiento en EGADE Business School del Tecnológico de Monterrey.

Ha colaborado con instituciones de investigación de clase mundial en Alemania y Japón, como el Instituto Fraunhofer, RWTH Aachen, Tokyo Tech y la Universidad de Kioto. A partir del año pasado, se incorporó al Grupo de Desarrollo Empresarial de SCAD, Inc., ligada a la Universidad de Kioto, donde ha desarrollado una experiencia única en la Ciencia y el Análisis de Datos, y en la Gestión de la Innovación y la Tecnología.



Eva Guerra

Decana Asociada Académica en EGADE Business School.

Cuenta con experiencia en la industria de servicios financieros y educación. Dentro de sus áreas de especialidad se encuentran las organizaciones centradas en el cliente y dirigidas por el servicio, las Estrategias de Mercadotecnia, el Comportamiento Organizacional, la Administración de Servicios e Inteligencia de Negocios.



Abhishek Nayak

Director de Master of Business Analytics en EGADE Business School del Tecnológico de Monterrey

Docente internacional y emprendedor educativo, cuenta con experiencia en marketing digital, monitoreo de marca en línea, marketing en redes sociales, inteligencia comercial, análisis de datos y análisis de contenido generado por el usuario. Fundador y socio gerente de Arbalest Learning, un acelerador de crecimiento digital con sede en Ámsterdam.

**Los instructores asignados al programa podrían cambiar por causas de fuerza mayor. En caso de que esto ocurra, se notificará a los participantes con la debida anticipación.*

Brand Customer Experience

Boosting Brand Value & Customer Experience.

Haz tu solicitud de admisión

[Aplica aquí](#)

Conoce más

[Click aquí](#)



36

HORAS

**PROGRAMA EJECUTIVO
ONLINE**

FECHA DE INICIO:

SEPTIEMBRE 2025

IDIOMA:

ESPAÑOL



Melissa Sánchez
melissa.sanchez@tec.mx

**Challenge
the present,
Shape
the future.**

egade.tec.mx

in f @

