

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Actualmente las empresas buscan **medir y evaluar la experiencia de sus clientes, con objeto de mejorar sus servicios**. Tras más de 20 años, como empresa líder en el sector de las auditorías de cliente misterioso, SGS ha diseñado esta formación que tiene como finalidad dotar a los participantes de las **competencias profesionales necesarias para desempeñar inspecciones/auditorías como cliente misterioso**.

DURACIÓN: 5 Horas

MODALIDAD: OnLine

PRECIO: 65 EUR
(IVA no incluido)

IDIOMA: Español

OBJETIVOS

Una vez completado este curso, los participantes serán capaces de:

- Analizar en qué consiste un proceso de mejora continua e interpretar en qué consiste la experiencia de cliente y sus tendencias.
- Identificar las diferentes técnicas de análisis de experiencia de cliente y comprender las competencias clave, según sector de actividad, que debe poseer un cliente misterioso.
- Utilizar correctamente las herramientas de auditoría y comprender las métricas asociadas.
- Analizar qué información aporta valor al cliente que contrata los servicios de Auditoría de experiencia de cliente.

CERTIFICACIÓN DEL CURSO

Al completar este curso:



- El Certificado de SGS estará disponible para su descarga una vez completado el curso y habiendo obtenido una puntuación del 80% o más en la evaluación final.
- Usted tiene 12 meses de acceso a este curso efectivo desde la fecha de compra.

PLAN FORMATIVO DEL CURSO

El programa formativo contiene cuatro módulos o partes diferenciadas:

- **Módulo 1:** Calidad y Mejora de servicio (1h): Calidad y mejora del servicio, Sistemas de gestión de la calidad en las organizaciones, Introducción al concepto de mejora continua
- **Módulo 2:** Experiencia del cliente y el rol de Shopper (1 h) : “Customer Hourney” y “Customer Centric”
- **Módulo 3:** Tipología de estudios (1 h): Principios del grupo SGS, Division Customer Experience Management (CXM) DEL Grupo SGS, tipos de estudios.
- **Módulo 4:** Herramientas y Auditorías Mystery y análisis de estudios (2 h): proyectos y cuestionarios, métricas, indicadores y KPI’s, reporting e informes ejecutivos y cuadros de mando, herramientas de gestión, tareas de Shopper y fases de desarrollo de un proyecto.