

5.0

Comentarios (20)

Rodrigo Fernández De Paredes Alegría

Lima, Perú

Conferencista | Capacitador | Docente | Moderador | Panelista

País de residencia: Perú

Nacionalidad: Perú

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Customer Experience, Cultura y Modelo Disney, Human Experience, Customer journey (Mapa de interacción marca-usuario), Blueprint, Experiencia del Cliente, Employee experience.

Descripción del perfil

CX & EX Speaker y asesor internacional con 18 años de experiencia liderando proyectos de: customer experience, employee experience, CRM entre otros temas. Presidente de CXLA Customer Experience Latam Association. Autor del libro 'Construyendo Xperiencias' primer libro especializado en Customer Experience en Latinoamérica. Asesor y capacitador de empresas como: The Ritz-Carlton (España), Grupo Uribe, Cueros Vélez, Banco Davivienda (Colombia), ARS Humano (Rep. Dominicana), Argos (Panamá, Honduras y Rep. Dominicana), Banco del Pacífico, Aeropuerto de Galápagos y Claro (Ecuador), Belcorp, Ferreyros, Unimaq, Ransa, Pardos Chicken, UPC, Hotel SUMAQ Machu Picchu, entre otras (Perú). Creador del programa de Certificación Customer Experience Design & Management (CXDM) el cual ha sido realizado en 11 países, así como de los programas de Customer Experience de la Universidad de los Andes (Colombia), Pacífico Business School y CENTRUM Católica (Perú). Co- creador del software de medición de experiencia del cliente y colaboradores Xcustomer360, y creador del modelo integral XCUSTOMER 360®

Conferencias, Cursos o Talleres

Construyendo Xperiencias

Flexible

Conferencia basada en el libro del mismo nombre el cual se ha convertido en una guía de Customer Experience en las organizaciones de los países donde se comercializa. Historias, casos, videos y mucho contenido valioso en una conferencia que no tiene respiro.

Customer Experience, más que una moda, generador de rentabilidad y diferenciación

Flexible

Conferencia enfocada en denmostrar cómo la gestión de la experiencia se convierte en un diferenciador difícil de igual, generando un incremento en la rentabilidad de las organizaciones. Historias, videos, casos y un modelo detallado de gestión de experiencia.

Employee Experience

Flexible

La experiencia del empleado como base para convertirse en una organización centrada en la experiencia del cliente. Historias, casos, videos soportados en un modelo sólido de Customer y Employee Experience.

Experiencias que enamoran...Disney, The Ritz-Carlton y más...

Flexible

La magia de los modelos más exitosos y emblemáticos del mundo en una conferencia que combina metodología, casos, historias, aplicabilidad a la empresa real y muchas emociones!

Human Experience

Flexible

La experiencia va más allá del cliente y los colaboradores, se debe trabajar de manera integrada para lograr los resultados deseados. Historias, casos, videos y muchas emociones soportadas en un modelo sólido de Human Experience.

Experiencias

Presidente

CXLA Customer Experience Latam Association

2020 - Actual

CEO

Xcustomer Group USA

2010 - Actual

Director General LATAM

CX Latam Institute

2020 - Actual

Estudios

MBA

Universidad ESAN

2007

Libros

Construyendo Xperiencias

ustomer Experience o Experiencia del Cliente, términos que son tendencia en los últimos años, herramientas como el Customer Journey Map y el CX Blueprint son solicitadas cada vez más en el mercado, pero son pocas empresas las que hacen los cambios de fondo que se necesitan para ver verdaderos resultados. Entonces surge la siguiente pregunta: ¿trabajar estrategias enfocadas en la experiencia del cliente es parte de una moda pasajera o es algo sostenible que nos genera rentabilidad y diferenciación? La respuesta es evidentemente la segunda. El libro 'Construyendo Xperiencias' inicia con el relato de algunos casos de éxito en diferentes partes del mundo, como The Ritz-Carlton, WestJet, Southwest Airlines, Metro Bank, Netflix, entre otras. Se analiza a través de casos reales, la rentabilidad que genera implementar una estrategia de Customer Experience y cómo se calcula. Herramientas de vanguardia como el Customer Journey Map y Service Blueprint son desarrolladas a través de múltiples ejemplos, las mismas que forman parte del modelo de gestión integral de experiencia, denominado XCUSTOMER 360. Este modelo está compuesto por cinco etapas: conocimiento del cliente, competencia y colaboradores, análisis y diseño de experiencia actual, diseño de prototipos, planes y propuestas de mejora, diseño de la experiencia deseada y finalmente la definición de estándares, métricas y la estrategia para medir la experiencia que hemos diseñado. Un libro con casos, experiencias, herramientas y una metodología

completa desarrollada a detalle para quienes quieran implementar una estrategia de customer experience en sus organizaciones.

Artículos

Customer Journey Map

EL Customer Journey Map como herramienta para comprender las brechas entre las expectativas del cliente y lo que le damos realmente

La rentabilidad de una estrategia de Customer Experience

Gestionar la experiencia no es solo apuntar a tener clientes felices. Es generar diferenciación y rentabilidad en la organización. EL problema es que no sabemos como demostrarlo y medirlo, aquí algunos ejemplos.

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/rodrigo-fernandez