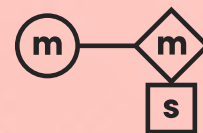


Customer Experience Design



mr.
marcel
school

MARZO
2021

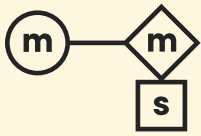
42h lectivas



Sede en La Industrial
C/ San Andrés 8, 28004 Madrid
dinos@mrmarcelschool.com

MrMarcel School

es una escuela del siglo XXI, dirigida a profesionales de las industrias creativas. Nuestra forma de hacer está basada en tres ejes: la calidad de contenidos y profesorado, el cuidado de la experiencia en el aprendizaje y el firme convencimiento de que para una escuela “el futuro es hoy”.



mr.
marcel
school

Customer
Experience
Design

Skills&Tools

Customer Experience Design.

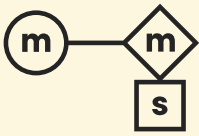
El Customer Experience es la **profesión de moda**. Es la disciplina que aplica el **pensamiento de diseño a los servicios y experiencias que viven nuestros clientes y usuarios**. Y se centra en HACER. Por eso, tiene esa capacidad de transformar a los empleados y los managers para ser customer-centric. Funciona porque involucra a todas las personas importantes, porque sigue un proceso lógico y riguroso y porque crea impacto.

Para conseguir ese cambio en grandes compañías es necesario saber **crear y gestionar todos los touchpoints** presentes en la experiencia del cliente, incluyendo aquellos que no ve (lo que ocurre en el backstage). Esa es la labor de un experto en Customer Experience Design. Es un perfil profesional con amplia capacidad de comprensión tanto del cliente como del mercado,

que entiende cómo funcionan los servicios y las transferencias de valor entre personas y busca ser capaz de orquestarlas mediante una metodología sólida y un amplio kit de herramientas probadas.

Un **director de orquesta** que adquiere un grado de responsabilidad altísimo, incluso en posiciones junior, ya que está en la naturaleza de los procesos de customer experience **transformar las organizaciones**. Y cuando estás transformando encontrarás resistencias, tendrás que entender todos los puntos de vista, pero también podrás discutir con las mentes más expertas en ese ecosistema, te harás experto en mil materias nuevas y crearás proyectos mucho más grandes de lo que podría hacer una persona sola.

Es la profesión perfecta para el que disfruta aprendiendo cosas nuevas, para conectores naturales y en general, curiosos sobre cómo funciona el mundo.



mr.
marcel
school

Cómo es el curso y qué queremos conseguir

Este curso es un proceso que parte del concepto de qué es un responsable de Customer Experience Design en una organización. Hoy en día el experto CX **no sólo conceptualiza y optimiza experiencias, sino que actúa como project manager, conector de personas o analista de métricas**. Alguien que entiende las herramientas de diseño, implantación y medición de la experiencia a la perfección y sabe entenderse con todas las personas de la organización para mejorar la vivencia de los clientes.

Entenderemos las distintas disciplinas del CX, aplicado a experiencias digitales o físicas. Aprenderemos a trabajar con todas las piezas de un servicio: las personas, los artefactos y los procesos.

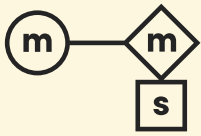
Aprenderás a hacer un research profesional. Hacer guerrilla está muy bien, pero un experto tiene que saber cuál es el estándar de investigación de las mejores compañías. **Conocerás todas las técnicas esenciales en un proceso de CX y trabajarás con usuarios reales, captados por una agencia.**

Elaborarás un plan de investigación, lo ejecutarás y realizarás un volcado y análisis en profundidad, para descubrir insights no evidentes.

Haremos multitud de journeys y blueprints, dos de las metodologías más reconocidas del Service Design y la Experiencia de Cliente, pero iremos mucho más allá en cuanto a herramientas: mapas de actores, mapas de incentivos, de sistema, roadmaps, canvas "famosos" y customizados para el proyecto... queremos que salgas con una gran caja de recursos para adaptarte a cualquier situación.

Prestaremos especial atención a las métricas de experiencia y a la forma de crear un sistema de voz de cliente que entregue el feedback de los clientes a la persona con capacidad de responder y optimizar el proceso.

Todo ello sin olvidar uno de los skills clave en un experto CX, **el diseño, organización y facilitación de talleres**. Esas sesiones que te permiten resolver retos de temas muy complejos y conseguir avances gracias al conocimiento colectivo. Lo que está claro es que no nos vamos a aburrir :)



mr.
marcel
school

Módulos del curso

Introducción al diseño estratégico: las disciplinas que rodean al Customer Experience Design.

En esta sesión trabajaremos en comprender todas las disciplinas de diseño, principalmente estratégico. Entenderemos las diferencias entre Service Design, Customer Experience Design, User Experience, System Design, Design Research, etc. Esto es especialmente importante porque el panorama laboral actual entiende al Customer Experience Designer como un diseñador multidisciplinar que sabe escoger la mejor herramienta para trabajar en cada caso.

Identificación del reto de diseño

Uno de los conceptos más importantes en el mundo del diseño bien entendido es el design challenge o simplemente reto. Es una pregunta, que cuando está correctamente planteada, tiene la capacidad de inspirar a un equipo a caminar en la dirección correcta hacia una solución desconocida, pero deseable. Aprenderemos a plantear este reto, las cosas que hacer y no hacer al plantear un reto y cómo hacer un reframing: ese momento en el que te das cuenta de que tu proceso de diseño no va en la línea adecuada y hay que replanearse el desafío.

Investigación para el diseño de servicios

Todo proyecto de diseño se debe fundamentar en un proceso de investigación para el Customer Experience. Investigación cualitativa o

cuantitativa, validativa o generativa. Un gran diseñador sabe seleccionar las herramientas de investigación adecuadas en un contexto de recursos limitados. Aprenderemos a generar información, con sesiones con usuarios reales, pero también a "volcarla" y analizarla con un método profesional y replicable en tus proyectos.

Propuesta de valor del servicio

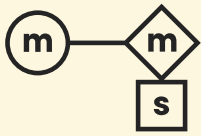
Antes de arrancar con el mapeo del servicio en un journey o en un blueprint, conviene pararse a pensar. ¿Qué queremos que sienta el usuario? ¿Cuál es la razón por la que va a decidir usarnos? ¿Qué problema resolvemos o qué tarea facilitamos? Mediante el Value Proposition Canvas y otras metodologías podemos ayudarnos a pensar en el servicio desde una perspectiva empática con el usuario.

Journey mapping (AS IS)

En este bloque, eminentemente práctico, conoceremos la forma de diseñar un Customer Journey, los elementos de los que se compone, el papel que tiene la investigación en él y otros aspectos. Después pasarás a crear un journey diagnóstico o AS IS, es decir, un mapeo de la situación actual que está viviendo el cliente o usuario.

Generación y priorización de iniciativas

Un buen journey diagnóstico nos permite ver los pains que está viviendo el usuario en su experiencia. También nos muestra áreas de



mr.
marcel
school

oportunidad desaprovechadas. El objetivo de este bloque es que **ideas** iniciativas que alivien los pains o potencien la experiencia trabajando esas áreas de oportunidad **que encontrarás**. Este es un paso en el que el orden y la creatividad explosiva tienen la misma importancia y deben orquestarse correctamente para conseguir el mejor resultado. Aprenderás un método paso a paso para generar, priorizar y bajar a tierra las ideas, para IMAGINAR nuestro nuevo servicio.

Journey mapping (TO BE)

Cuando nos imaginamos un objeto, hacemos un boceto, cuando nos imaginamos un interfaz, creamos un wireframe. Pues bien, cuando nos planteamos un nuevo servicio, dibujaremos un journey TO BE. Este mapa de la experiencia nos proyecta al futuro y coloca las ideas que hemos generado a lo largo de la vivencia del cliente o usuario. Trabajaremos en varios casos de journey TO BE para desarrollar práctica en una de las habilidades principales del Service Design.

Blueprinting

Para que una experiencia funcione, normalmente hay cosas que ocurren "entre bambalinas", que el usuario no ve. Por ejemplo, cuando vamos a un restaurante, hay un backstage, que es la cocina, que no forma parte de la experiencia que vive el comensal, pero el resultado de lo que allí ocurre, le afecta directamente. El blueprint es una herramienta que permite conceptualizar las cosas que pasan en el front y en el back, para ofrecer al usuario una experiencia a la altura.

Prototipado

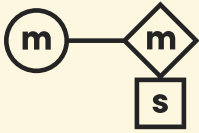
En todas las disciplinas de diseño estratégico, y desde luego también en el Customer Experience, el prototipado nos ayuda a trabajar de manera más rápida y certera. Crear versiones de bajo coste que permitan probar que nuestro producto funciona es básico. Aprenderemos numerosas técnicas de prototipado físico y digital, que nos permitirán hacer validaciones tempranas de nuestros diseños.

Business design

Raro será el caso en el que los decisores de un servicio no se guíen por indicadores financieros. Por ello, es importante que el servicio se conciba desde la rentabilidad. Entender los flujos de coste e ingreso asociados a la creación y entrega del servicio es fundamental. También hablaremos de indicadores de experiencia como el CES o el NPS, aprenderemos a hacer un business plan y a presentar proyecciones numéricas.

Técnica de facilitación: teoría y diseño de sesiones

La vida del Customer Experience Designer está plagada de workshops. Sesiones de reflexión y creación colectiva en las que hay que gestionar a multitud de personas. Y esto no es fácil. Cada persona tiene sus ideas, su ego y sus intereses y el workshop puede convertirse en un infierno si no sabemos facilitarlo correctamente. Este bloque se dedicará al arte de organizar workshops y obtener lo mejor de cada



mr.
marcel
school

Customer
Experience
Design

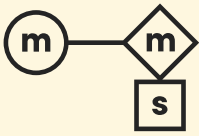
Skills&Tools

Técnica de facilitación: prácticas con grabación en vídeo y cross-feedback

En este bloque pondremos en práctica lo aprendido sobre técnicas de facilitación. Los equipos realizarán ejercicios de práctica grabados en vídeo que luego serán criticados por el resto de compañeros. De esta forma se podrá hacer una reflexión metodológica sobre la forma de dirigir las sesiones.

Presentation Storytelling: vender tu propuesta de valor de servicio

La capacidad de persuadir y convencer es otra de las habilidades fundamentales del diseñador. Y la presentación, su principal arma para demostrar la calidad y relevancia de sus diseños. En dos bloques, trabajaremos en la habilidad de hacer buenas presentaciones, en el plano estético y de argumentación.



mr.
marcel
school

¿Qué vas a obtener?

- Capacidad de gestionar un proyecto de CX con soltura, entendiendo todas las posibilidades de la disciplina y sabiendo qué técnicas aplicar en cada momento.
- Sabrás definir un reto de forma suficientemente concreta para evitar la dispersión del equipo y, a la vez, suficientemente abierta como para permitir la exploración.
- Aprenderás a investigar con gran rigor, con técnicas cualitativas y cuantitativas, validativas y generativas, remotas o presenciales.
- Realizarás un research con usuarios reales, en un laboratorio de research profesional.
- Aprenderás a vascular entre los diferentes "mindsets" o actitudes que son necesarias según el momento concreto del proyecto
- Aprenderás a crear journeys y blueprints útiles para comprender la experiencia y alinear a los diferentes actores, entendiéndolo que se trata de herramientas y no un fin en si mismas.
- Serás capaz de convertir una investigación en un roadmap, con iniciativas priorizadas, evaluadas en tiempo y esfuerzo, que te permitan tomar decisiones de negocio.
- Construirás un Business Case y te familiarizarás con indicadores financieros y de experiencia, como NPS y Customer Effort Score.
- Practicarás tus habilidades de facilitación en un entorno seguro, con grabación para que puedas mejorar en base a su análisis.
- Aprenderás a vender tu trabajo con una metodología de presentaciones persuasivas y storytelling.

·Y conocerás cómo se aplica todo esto en empresas reales, reduciendo el GAP entre la teoría/idealidad y la aplicación a problemas reales

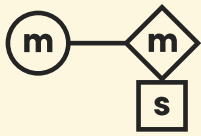
¿Cómo lo vas a obtener?

El enfoque del curso será muy práctico, muy intenso y sobre todo, realista. No queremos que sientas que estás aprendiendo cosas que no se usan en la vida real. Todos los muchos casos que trabajarás estarán inspirados en proyectos reales.

Cada clase será dirigida por un experto que, además de ser experto y buen comunicador, cada día hace lo que te está enseñando. Además, buscaremos que estés acompañado por un tutor de referencia durante toda la experiencia, al que podrás escribir constantemente y solicitarle feedback para mejorar tus entregables.

También será muy colaborativo y divertido. El trabajo de Customer Experience Design es intenso y exigente a nivel de creatividad, estrategia y capacidad de colaboración, pero también es una de las profesiones más relevantes y gratificantes de hoy en día. Por eso, queremos crear un entorno amable, de equipo y muy estimulante. Pensamos en los equipos como una oportunidad para que te lles relaciones que te duren toda tu carrera.

Habrà mucho trabajo con modelos, plantillas y "post-its virtuales" para afianzar y ganar soltura trabajando de esta forma tan eficiente.



mr.
marcel
school



Online Directo

El curso se impartirá en modalidad “online directo”.

Hemos trabajado duro para que tengas una **intensa experiencia formativa** aunque estemos a miles de kilómetros de distancia. Solo necesitarás seguir nuestras indicaciones, ganas de crecer, espíritu de trabajo, un poco de disciplina y por supuesto una buena conexión.

Tendrás un contacto directo con los docentes y podrás solventar cualquier duda que te surja a través de nuestro grupo de Telegram. Crearás conexiones y trabajarás en equipo a través de Whereby y Zoom. Y tendrás el contenido de las clases y muchos extras en Notion.

La escuela estará contigo en todo momento para apoyarte con cualquier cosa que necesites.

A quién va dirigido este curso:

Está dirigido a diseñadores gráficos que quieren llevar su trabajo a un plano más estratégico, a gente de marketing que quiere complementar su formación, a expertos UX que quieren tener un perfil híbrido, emprendedores que quieren utilizar técnicas de conceptualización avanzadas en el diseño de su startup, ...

En general buscamos a cualquiera que tenga ganas de aprender, de cambiar las cosas

Customer Experience Design

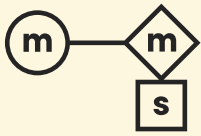
Skills&Tools

mediante metodologías modernas de trabajo y que esté dispuesto a enfrentarse a la dura tarea de orquestar procesos de Customer Experience Design. Es un trabajo intenso donde no hay rutina, en el que se necesita que estés formándote día a día y es a la par una de las profesiones más gratificantes que existen.

Requisitos:

No es necesario que tengas conocimientos previos, solo muchas ganas de aprender. En ocasiones necesitaremos un ordenador para trabajar con software básico (Google Docs / Slides / Spreadsheets/ Trello). No importa que sea Mac o PC.

Lo realmente imprescindible es que vengas con ganas de aprender y de trabajar. Tu esfuerzo personal y tu dedicación será lo más importante para que puedas sacar todo el provecho de este curso.



mr.
marcel
school

Customer
Experience
Design

Skills&Tools

Dirección del curso:

Carlos García Maganto

Head of marketing en Garaje de ideas.

Head of Marketing en Garaje de Ideas, un estudio de diseño estratégico que trabaja con empresas como BBVA, Santander, Mapfre o Red Bull en proyectos de UX/UI. Ha sido Service Designer durante 8 años, en los que ha visto crecer esta parte de la industria. Ha impartido clases en ESIC, Foxize y otras escuelas.

emprendedores ilusionados, que es con quien más ha disfrutado trabajando, sin duda alguna.

Ciudadano del mundo, le gusta pensar, idear, analizar, contrastar, mejorar y comunicar cualquier cosa.

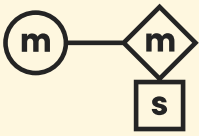
Javier N.Roy

Director en Mr.Marcel School.

Observa primero, analiza después. Todo ello bajo dos parámetros muy claros: la creatividad y el sentido común.

Multidisciplinar desde la infancia, profesional del diseño desde hace más de dos décadas, Javier N. Roy ha sido director de Blanc Madrid en su última edición y curador de creatividad y diseño alguna que otra vez. Pero, sobre todo, es el alma mater de Mr.Marcel School donde, además de dirigir la escuela, imparte cursos de creatividad, y organiza actividades y talleres donde se aprende haciendo y pasándoselo bien.

A lo largo de su trayectoria ha colaborado con marcas y empresas de todo tipo y sector, organizaciones e instituciones públicas, y con



mr.
marcel
school

Customer
Experience
Design

Skills&Tools

Docentes del curso:

Carlos García Maganto

Head of marketing en Garaje de ideas.

Head of Marketing en Garaje de Ideas, un estudio de diseño estratégico que trabaja con empresas como BBVA, Santander, Mapfre o Red Bull en proyectos de UX/UI. Ha sido Service Designer durante 8 años, en los que ha visto crecer esta parte de la industria. Ha impartido clases en ESIC, Foxize y otras escuelas.

Esteban Díaz

Design Lead en BBVA.

Hace más de doce años que trabaja en diseño y desarrollo de productos digitales en la intersección entre tecnología, diseño y negocio. Su perfil multidisciplinar le permite abordar proyectos con un enfoque creativo, innovador y orientado a resultados, con el desafío personal de encontrar para cada situación la mejor vía de generación de valor con los medios disponibles.

Antonio Seijas

Service Designer en Garaje de ideas.

Licenciado en economía + grado en biotecnología. Tras un máster y con mucho trabajo «autodidacta» acabó encontrando su sitio en el mundo del diseño estratégico. Hoy en día no concibe un puesto de trabajo que no le permita estar constantemente en busca de oportunidades para explorar lo nuevo,

experimentar con las ideas, aprender en fondo y forma (aprender a aprender) y, sobretodo, generar impacto. Ya sea desde la necesidad o desde la solución, le apasiona definir la visión y estrategia del producto, e involucrarse al máximo en el desarrollo del mismo.

Judith Gómez Pardo

User Researcher en Cabify

Experta de Investigación Cualitativa con 5 años de experiencia en las áreas de Customer Insights y Marketing. Licenciada en Gestión de Negocios e Investigación de Mercados, ha pasado por algunos de los mejores equipos de diseño de este país como Punto de Fuga, Garaje de Ideas o Cabify Research.

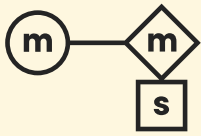
Laura Peco

Product Designer en Erudit AI

¡Hola! Mi nombre es Laura y soy product designer.

Tengo experiencia trabajando en Startups y me encanta ver cómo nacen las cosas y verlas escalar.

Mi experiencia se enfoca en diseño visual, UI, VUI y negocio. Cuando no estoy jugando con ideas, puedes encontrarme viviendo aventuras inesperadas por el mundo.



mr.
marcel
school

Customer
Experience
Design

Skills&Tools

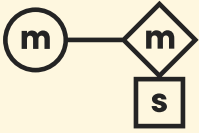
Nicola Vittori **Design Lead en BBVA.**

Después de estudiar Diseño en la Universidad Iuav de Venecia, Nicola comenzó su experiencia laboral como diseñador industrial moviéndose rápidamente a las áreas de diseño visual y de interacción.

A trabajado en Siemens Corporate Research, (Princeton - US), Experientia (Turín - IT), Digital Accademia (Treviso - IT), Hello LOLA (Barcelona - ES) y Telefónica I + D (Madrid - ES), desarrollando en paralelo proyectos personales relacionados con el arte y experiencias docentes en la Universidad IUAV de Venecia (IT).

Algunos de sus proyectos han sido seleccionados y publicados por revistas de diseño y sitios web; dos de sus proyectos han sido seleccionados como semifinalistas en 2010 y 2012 en los premios Adobe Design Achievement Awards.

Actualmente en BBVA Global Team (Madrid - ES) Nicola trabaja como diseñador de servicios y facilitador, enfocándose en proyectos de innovación e investigación, mientras desarrolla en paralelo su carrera académica docente en diseño y fundamentos de UX en ESNE, Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología.



mr.
marcel
school

Customer Experience Design

Marzo / junio 2021

Customer
Experience
Design

Skills&
Tools

Dirección:
Carlos García Maganto
Javier N.Roy

Horarios clases:
Los viernes de 17 a 20h
y los sábados de 10 a 13h

SESIÓN 01.

Viernes 12/03 de 17 a 19h

**Introducción al diseño estratégico:
las disciplinas que rodean al
Customer Experience Design**
Por Carlos García Maganto

En esta sesión trabajaremos en comprender todas las disciplinas de diseño, principalmente estratégico. Entenderemos las diferencias entre Service Design, Customer Experience Design, User Experience, System Design, Design Research, etc. Esto es especialmente importante porque el panorama laboral actual entiende al Service Designer como un diseñador multidisciplinar que sabe escoger la mejor herramienta para trabajar en cada caso.

- Qué es el diseño estratégico
 - Las disciplinas de diseño: Design Research, System Design, Service Design, Product Design, Business Design, Customer Experience, User Experience...
 - Las disciplinas que rodean al diseño: Agile, growth, optimización..
- Clase 100% teórica

de 19h a 20h

Design Thinking Mindset
Por Antonio Seijas

Una parte fundamental del pensamiento Customer centric es el Design Thinking. Por ello, vamos a hacer un breve repaso de las características que nos definen como diseñadores. Aprenderemos a pensar como diseñadores y entender el proceso completo de reflexión del Design Thinking.

- ¿Qué es y que no es diseño?
 - Mindset
 - Proceso de diseño
 - Ejemplos de proyecto según el momento del proceso
- Clase 50% teórica, 50% práctica

SESIÓN 02.

Sábado 13/03 de 17 a 19h

**Investigación para el Customer
Experience Design (I)**
Por Antonio Seijas

Todo proyecto de Experiencia de cliente se debe fundamentar en un proceso de investigación. Investigación cualitativa o cuantitativa, validativa o generativa. un gran diseñador sabe seleccionar las herramientas de investigación adecuadas en un contexto de recursos limitados. En el primer bloque de dos horas aprenderemos

el toolkit de herramientas y metodologías y crearemos un plan de investigación.

- Cómo crear un research plan
 - Técnicas de investigación validativas y generativas
 - Cuándo usar cuantitativo y cuándo usar cualitativo
- Clase 30% teórica, 70% práctica

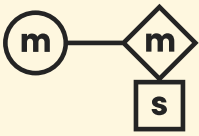
SESIÓN 03.

Viernes 19/03 de 17 a 20h

**Investigación para el Customer
Experience Design (II)**
Por Carlos García Maganto

La segunda sesión de research será la más experiencial. Captaremos a usuarios reales para que pongas a prueba tus capacidades de entrevista. Introduciremos los skills de volcado que trabajaremos en la siguiente sesión.

- La facilitación de sesiones de investigación
 - ¿Cómo hacer una gran entrevista en profundidad?
- Sesiones con usuarios reales
Clase 30% teórica, 70% práctica



mr.
marcel
school

Customer Experience Design

Marzo / junio 2021

CLASE 04.

Sábado 20/03 de 10 a 12h

Investigación para el Customer Experience Design (III)
Por Carlos García Maganto

Cuando recopilamos gran cantidad de información necesitamos técnicas que nos ayuden a ordenar la información y priorizarla en busca de la unidad mínima de aprendizaje: el insight. En esta sesión aprenderemos diferentes técnicas de convergencia así como las diferencias entre hechos, aprendizajes e insights

- El volcado, cómo organizar la información recogida
- Técnicas de análisis
- Cómo presentar los insights de una investigación

Clase 30% teórica, 70% práctica

de 12 a 13h

Identificación del reto de diseño
Por Carlos García Maganto

Uno de los conceptos más importantes en el mundo del diseño bien entendido es el design challenge o simplemente reto. Es una pregunta,

que cuando está correctamente planteada, tiene la capacidad de inspirar a un equipo a caminar en la dirección correcta hacia una solución desconocida, pero deseable. Aprenderemos a plantear este reto, las cosas que hacer y no hacer al plantear un reto y como HACER un reframing: ese momento en el que te das cuenta de que tu proceso de diseño no va en la línea adecuada y hay que replantearse el desafío.

- Cómo plantear un reto de diseño
- La técnica "Cómo podríamos..."
- El reto ideal para crear un proyecto de diseño de éxito

Clase 50% teórica, 50% práctica

de 13 a 14h

Customer Experience Design en el mundo real (I)
Por Judith Gómez Pardo

Clase 100% teórica

SESIÓN 05.

Viernes 26/03 de 17 a 20h

Customer Journey mapping (AS IS)
Por Nicola Vitori

Customer Experience Design

Skills & Tools

Dirección:

Carlos García Maganto
Javier N.Roy

Horarios clases:

Los viernes de 17 a 20h
y los sábados de 10 a 13h

En este bloque, eminentemente práctico, conoceremos la forma de diseñar un Customer Journey, los elementos de los que se compone, el papel que tiene la investigación en él y otros aspectos. Después pasarás a crear un journey diagnóstico o AS IS, es decir, un mapeo de la situación actual que está viviendo el cliente o usuario.

- Mapeo de momentos
- Curva de la experiencia
- Uso de verbatims de la investigación
- Creación de fichas de momento
- MOTs y MOPs (Momentos de la verdad y momentos de dolor).

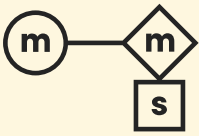
Clase 30% teórica, 70% práctica

SESIÓN 06.

Sábado 27/03 de 17 a 19h

Blueprinting
Por Nicola Vitori

Para que una experiencia funcione, normalmente hay cosas que ocurren "entre bambalinas", que el usuario no ve. Por ejemplo, cuando vamos a un restaurante, hay un backstage, que es la cocina, que no



mr.
marcel
school

Customer Experience Design

Marzo / junio 2021

forma parte de la experiencia, pero le afecta directamente. El blueprint es una herramienta que permite conceptualizar las cosas que pasan en el front y en el back, para ofrecer al usuario una experiencia a la altura.

- Mapeo de la experiencia front y back stage
 - Análisis de procesos
 - Intercambios de valor
- Clase 30% teórica, 70% práctica

SESIÓN 07 y 08

Viernes 09 y Sábado 10/04 de 17 a 19h y de 10 a 13h

Workshop de cocreación

Por Antonio Seijas

Un buen journey diagnóstico nos permite ver los pains que está viviendo el usuario en su experiencia. También nos muestra áreas de oportunidad desaprovechadas. El objetivo de este bloque es que IDEES iniciativas que alivien los pains o potencien la experiencia trabajando esas áreas de oportunidad QUE ENCONTRARÁS. Este es un paso en el que el orden y la creatividad explosiva tienen la misma importancia y deben

orquestrarse correctamente para conseguir el mejor resultado. AprenderÁS un método paso a paso para generar, priorizar y bajar a tierra las ideas, para IMAGINAR nuestro nuevo servicio.

- Generación de iniciativas
 - Técnicas de ideación
 - Aterrizaje de ideas
 - Técnicas de priorización
 - Evaluación de esfuerzo para crear un roadmap de servicio
- Clase 30% teórica, 70% práctica

SESIÓN 09.

Viernes 16/04 de 17 a 19h

Métricas de experiencia de cliente

Por Sandra Melnyk

En esta sesión exploraremos la utilidad de métricas como NPS, Customer Effort Score o System Usability Scale. Son cifras empleadas por multitud de compañías más y menos digitales para evaluar los avances o puntos de dolor en la experiencia que viven los clientes de manera recurrente, generando un proceso de aprendizaje continuo

- NPS, CES, SUS
- Objetivos y estrategias

Customer Experience Design

Skills & Tools

Dirección:

Carlos García Maganto
Javier N.Roy

Horarios clases:

Los viernes de 17 a 20h
y los sábados de 10 a 13h

- Medición transaccional y relacional
 - Las escalas
- Clase 30% teórica, 70% práctica

SESIÓN 10.

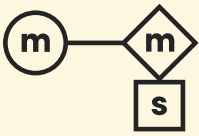
Sábado 17/04 de 10 a 13h

Sistemas de voz de cliente

Por Sandra Melnyk

Los sistemas de voz de cliente ayudan a dar una respuesta inmediata a las necesidades del cliente que puedan surgir tras una interacción como una petición de soporte o una compra. Se han convertido en una herramienta de diferenciación en mercados muy comoditizados, como la telefonía y la luz. Te contaremos cuáles son las principales piezas de estos sistemas close-the-loop y la filosofía que hay detrás de ellos.

- Qué es un sistema RTVoC
 - Diferentes tipos de respuesta (activación)
 - Close the loop
- Clase 30% teórica, 70% práctica



mr.
marcel
school

Customer Experience Design

Marzo / junio 2021

SESIÓN 11.

Viernes 23/04 de 17 a 20h

Propuesta de valor del servicio Por Laura Peco

Antes de arrancar con el mapeo del servicio en un journey o en un blueprint, conviene pararse a pensar. ¿Qué queremos que sienta el usuario? ¿Cuál es la razón por la que va a decidir usarlos? ¿Qué problema resolvemos o qué tarea hacemos? Mediante el Value Proposition Canvas y otras metodologías podemos ayudarnos a pensar en el servicio desde una perspectiva empática con el usuario.

- La creación de la propuesta de valor
- Value proposition canvas y Business Model Canvas
- Definición de asunciones
- OKRs

Clase 50% teórica, 50% práctica

SESIÓN 12.

Sábado 24/04 de 10 a 13h

Customer Journey mapping (TO BE) Por Laura Peco

Cuando nos imaginamos una

imagen hacemos un boceto, o cuando nos imaginamos una interfaz hacemos un wireframe, cuando nos planteamos un servicio nuevo dibujaremos un journey to be. Este mapa de la experiencia nos proyecta al futuro y coloca las ideas que hemos generado a lo largo de la vivencia del cliente o usuario. Trabajaremos en varios casos de journey TO BE para desarrollar práctica en una de las habilidades principales del Service Design. La clase termina con la definición de nuestro primer MVP

- El mapeo de momentos nuevos
- Curva de experiencia esperada
- La visión de la experiencia o North Star
- Definición de historias de usuario
- MVP

Clase 30% teórica, 70% práctica

de 13h a 14h

Customer Experience en el mundo real (II)

Por Judith Gómez Pardo

Clase 100% teórica

SESIÓN 13 y 14.

Viernes 07/05 de 17 a 20h y sábado

Customer
Experience
Design

Skills&
Tools

Dirección:

Carlos García Maganto
Javier N.Roy

Horarios clases:

Los viernes de 17 a 20h
y los sábados de 10 a 13h

08/05 de 10 a 13h

Prototipado y experimentación Por Laura Peco

En todas las disciplinas de diseño estratégico, y desde luego también en el Service Design, el prototipado nos ayuda a trabajar de manera más rápida y certera. Crear versiones de bajo coste que permitan probar que nuestro producto funciona es básico. Aprenderemos numerosas técnicas de prototipado físico y digital, que nos permitirán hacer validaciones tempranas de nuestros diseños.

- ¿Qué es el prototipado? Mentalidad de prototipado
- Técnicas de prototipado físico, digital y experiencial
- Prototipado low fi y hi fi
- Creación de experimentos para validar

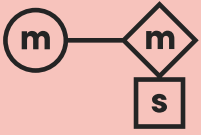
Clase 30% teórica, 70% práctica

de 10 a 13h

Reflexiones finales y cierre

Por Carlos García Maganto, Tony Seijas y Javier N.Roy

Fin de curso. Cañas virtuales.



mr.
marcel
school

SKILLS

**ALWAYS
WITH
CARIÑO**