

El enfoque de las empresas hacia el servicio y la experiencia en el contexto contemporáneo

Curso

¿De qué trata?

Desarrollarás los conocimientos, habilidades y aptitudes para trabajar en pro de la satisfacción y fidelidad de los usuarios, considerando las nuevas tendencias vinculadas con la economía experiencial, desde la perspectiva del marketing de servicios y experiencias.

¿Qué aprenderé?

- . El Servicio en el contexto de la economía de la experiencia. Servitización y servucción
- . La dramaturgia en el intercambio de servicios. El Teatro como referente de la experiencia del usuario
- . Teatralización de la experiencia: Dominios de la experiencia Teatro de improvisación, teatro callejero, teatro de escenario y teatro de compaginación
- . El Servicio al usuario Interno y el servicio al usuario externo
- . Marketing Interno, Externo e Interactivo: Triángulo del marketing de servicios y experiencias
- . Marketing Experiencial
- . La calidad del Servicio y la satisfacción del cliente. Indicadores de calidad percibida y de satisfacción. Recomendación y NPS
- . La recuperación del servicio y la paradoja de la recuperación. Soluciones al usuario
- . Gestión de clientes: Lealtad y desarrollo de clientes. La escalera de la lealtad
- . Influencia de la calidad, la imagen, la satisfacción y la confianza en la lealtad del cliente