

I - CX é uma ciência e deve ser contextualizada

- 1.1 Os pilares do Sucesso em Customer Experience
- 1.2 Os EUA começaram a pensar em CX
- 1.3 A Gourmertzização e seus atributos de marca
- 1.4 As Ondas da Economia Mundial
- 1.5 O ensinamentos e sucesso da Indústria
- 1.6 Conexão BRA-EUA

II - A ciência do cliente. CX sem superficialidade.

- 2.1 Profissional de CX - Conheça aqui os estudiosos
- 2.2 Pain Is Good - Um novo CX, um novo mundo
- 2.3 Desenvolva seu Oceano Azul no Brasil
- 2.4 The Progression of Economic Value
- 2.5 Conexão BRA-EUA

III - INOVAÇÃO conectada ao Comportamento Humano

- 3.1 Compreenda a Importância da Economia de Tempo do cliente
- 3.2 O Advento dos poderosos Smartphones
- 3.3 Os Ensinamentos do Cemitério
- 3.4 O Lockdown Social e os novos hábitos de consumo
- 3.5 A saúde e a tecnologia - Vamos viver 100 anos
- 3.6 Case: Google Maps e o descobrimento de um novo Mundo
- 3.7 Conexão BRA-EUA

IV - O novo Mercado. Como adequar o CX na realidade das empresas

- 4.1 Compreenda aqui o caminho para a "busca do conhecimento" em CX
- 4.2 Os 3 modelos em empresas Worldwide
- 4.3 Case: Walmart (EUA) e sua eficiência operacional
- 4.4 Analise as novas Empresas Pós Guerras & Incertezas
- 4.5 2020 - Uma nova economia, um novo CX e novos players de mercado
- 4.6 Conexão BRA-EUA

V - CX na prática. Um estudo sobre os 'dados' e as 'pessoas'

- 5.1 Conheça os Numerati's. Eles conhecem você
- 5.2 Descubra a Segmentação Geral e seus modelos estratégicos
- 5.3 Harvard Business Review e a profissão de Customer Experience
- 5.4 Dados Relacionais: A mina de Ouro do Customer Experience
- 5.5 Case: Emirates & CX em plena Classe Econômica

Carga Horária Etapa 1 - 6 horas

Essa ementa de aulas possui aprovação do Governo dos Estados Unidos podendo uma título ou outro ser substituído por fatores econômicos e sociais. Mantendo assim o dinamismo do programa no Brasil.

VI - Gestão de Relacionamento com o Cliente: A base

- 1.1 O Relacionamento com o Cliente de uma forma que não conhecemos
- 1.2 O cliente e seus sinais misteriosos. Compreenda e prospere
- 1.3 O Guia Estratégico de como Gerenciar o CX dentro das Empresas
- 1.4 Case Paco Underhill. O perigo dos consumidores 'desprestigiados'
- 1.5 Conexão BRA-EUA

VII - Gestão Estratégica de Mídias Sociais

- 2.1 Pauta principal em Stanford. A era do E-Relacionamento
- 2.2 Um estudo estratégico e preventivo dos motivos de uma "viralização" nas mídias sociais
- 2.3 WCES ensina: Estratégia de contenção de uma reclamação viral nas mídias sociais
- 2.4 O sucesso da viralização do bem! Aprenda com Heineken, Dove e o Metrô da Austrália
- 2.5 Conexão BRA-USA

VIII - Liderança Situacional. Um novo mundo de adaptações

- 3.1 Liderança com Propósito nas relações de consumo
- 3.2 EUA - A transformação de uma pessoa 'CX' de dentro para fora
- 3.3 EUA - Como manter o Mindset de Serviço
- 3.4 EUA - A Intuição: seu super poder
- 3.5 Aprenda com Harvard e transmita confiança em sua gestão de CX
- 3.6 Conexão BRA-EUA

IX - Tecnologia. Um parceiro estratégico em Customer Experience

- 4.1 Pilote a transformação tecnológica dentro da sua empresa
- 4.2 Construa uma base tecnológica. Reduza despesas e cuide do seu cliente
- 4.3 Atenção: Há 2 ações que podem interferir na Transformação Digital da empresa
- 4.4 Thiago Quintino em Stanford: Um profissional de CX DEVE estudar Tecnologia
- 4.5 Conexão BRA-EUA

X - Gestão 360°. Envolver TODAS as áreas da sua empresa

- 5.1 Introdução Estratégica: Colaboração em prol do cliente
- 5.2 O Profissional de CX dentro da área de negócios
- 5.3 Estudo Harvard Business Review - First Call Resolution
- 5.4 5 Dicas para envolver a Organização 360°
- 5.5 Gestão das 'Más' notícias. A verdade acima de tudo. Lições do COVID 19
- 5.6 Como conquistar parceiros através de suas habilidades estratégicas
- 5.7 Pratique já! Garanta alinhamento estratégico mesmo em reuniões virtuais
- 5.8 Conexão BRA-EUA
- 5.9 A nossa história está apenas começando. Welcome to WCES

Carga Horária Total do Curso (Etapa 1 + Etapa 2)

12 horas