**“EL 67% DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE ES DIGITAL”**

Juan Pablo Tricarico, Consultor Internacional de CRM, CX, BPO y BI, Business Development Manager de Virtual Agora y presidente de ALOIC, llegó a nuestra ciudad para presentar el **1er Diplomado Internacional sobre Omnicanalidad en la Interacción con el cliente,** que busca formar a futuros líderes de las mejores prácticas de interacción marca/cliente.

**Santa Cruz de la Sierra, 17 de mayo del 2019.-** En el marco del Congreso Regional de Interacción con el Cliente, realizado en CAINCO organizado por la CBECIC (Cámara Boliviana de Contact Center e Interacción con el cliente), se presentó el curso de especialización superior **Gestión Omnicanal de las Interacciones con Clientes**, que estará a cargo de la Escuela de Negocios de la Dirección de Posgrado de la Universidad Franz Tamayo.

Juan Pablo Tricarico, Consultor Internacional de CRM, CX, BPO y BI, Business Development Manager de Virtual Agora y Presidente de ALOIC, que estará como coordinador del diplomado explicó que, en los últimos años, con el desarrollo de las nuevas tecnologías, las empresas se vieron convocadas a añadir medios digitales a su gestión y en ese contexto, surge la **omnicanalidad**, una estrategia que permite la mejora constante en las interacciones con los clientes a partir de modelos de gestión avanzada de las tecnologías, para lograr la seguridad y satisfacción del usuario de servicios y productos de las empresas.

“Los clientes digitales quieren acceder a la misma variedad de productos y servicios en todos los canales, ya sea a través de la página web o mediante la aplicación móvil, y utilizando un smartphone, una tablet o un ordenador, o incluso en la oficina, las recientes encuestas sobre interacción con el cliente afirman que un 67% de la interacción con los clientes es hoy en día a través de canales digitales”, comentó

Tricarico, quien estará acompañado en el curso por docentes especializados como Percy Rivas, Senior Experience Designer en IZO Bolivia; Paola Lorena Carrasco, PhD., Doctora en Economía y Medio Ambiente y Decana de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales UNIFRANZ Santa Cruz; Jorge Castrillón, Direct de Marketing UNIFRANZ Santa Cruz y especialista en CX Customer Experience, entre otros.

El Diplomado en Gestión Omnicanal de las Interacciones con Clientes que inicia el 29 de julio; introduce en el aula universitaria el uso de nuevas tecnologías, junto con los modelos de gestión de avanzada de estas de cara a la optimización de la Experiencia de los Clientes, minimizando los costos e incrementando los ingresos.

El programa se plantea como una respuesta innovadora a las demandas del mercado de formación profesional y la creciente urgencia de cubrir y mejorar la oferta laboral para las empresas que decidieron enfocarse en las necesidades y exigencias de sus Clientes. El ecosistema de CRM (Customer Relationship Management), CX (Customer Experience), BPO (Business Process Outsourcing); BI (Business Intelligence), en Bolivia se viene desarrollando a gran velocidad en concordancia con lo que se venía observando en los países de la región latinoamericana, que fueran precursores, entre otras razones, por su mayor tamaño en sus mercados y por la fuerte presencia de marcas internacionales.

“La presente propuesta responde a las necesidades del sector empresarial que demanda profesionales calificados en áreas estratégicas del conocimiento y procesos basados en la práctica diaria que mejore constantemente la gestión de calidad en las interacciones con clientes, que permita lograr la seguridad y satisfacción del usuario de servicios y productos de las empresas productivas”, explicó Jorge Castrillón, director de marketing de Unifranz.

El diplomado está dirigido a profesionales en las áreas de administración, comercial, tecnología, marketing, comunicación y ramas afines. Los postulantes del curso tendrán cuatro módulos teóricos-prácticos y un módulo completamente práctico. El primero de los módulos se centrará en Big Data y CRM (Customer Relationship Management). Un Segundo modulo abordará el BPO (Business Process Outsourcing), el tercero Tecnología y el cuarto, CX (Customer Experience), el quinto se enfocará en la elaboración de trabajo guiado donde ponga en práctica los conceptos aprendidos y adaptación al mercado boliviano, según ejemplos para distintas industrias de negocio.

Al finalizar el curso, los postulantes podrán desarrollar tareas como: relevar los factores que impactan en la experiencia del cliente a través de uno o múltiples canales, diseñar las estrategias adecuadas para lograr mejorar la experiencia del cliente omnicanal, conocer y utilizar con eficacia las nuevas tecnologías en pos de obtener beneficios para el negocio e innovar, elaborar presupuestos de mejora de los procesos involucrados, coordinar la utilización de recursos internos y externos con el objetivo de mejorar la rentabilidad del negocio de la marca, controlar la operación que apalanca la optimización de la experiencia de clientes, en sus diferentes *delivery´s* (*Outsourcing*), y medir la experiencia del cliente a lo largo del *customer journey*.