

Elena Alfaro / 9 de mayo de 2020 / Actualidad, Home - destacados /

Parte 4: Durante la pandemia, elijo formación en Customer Experience



Como hemos visto en los artículos que hemos publicado anteriormente en CANAL CEO (1ª sobre cómo se elaboran los cursos de Customer Experience, lo que determina su calidad, 2ª sobre la utilidad para los distintos perfiles profesionales y 3ª sobre la utilidad del método del caso en este tipo de programas), son numerosas las cuestiones a tener en cuenta a la hora de seleccionar cualquier formación y conviene estar lo más informado posible.

Otra de las cuestiones más relevantes y la última que abordaremos a través de estos artículos poniéndonos en los zapatos del alumno es: ¿que beneficios obtendré con una certificación?

Beneficios de realizar un curso certificado

a) Aprendizaje de la materia

Una de las primeras respuestas, debería ser la mejora de los conocimientos en la disciplina. Y esto, tiene mucho que ver con la duración y la calidad del curso, a lo que por supuesto, ayuda la tecnología que se utiliza.

Las duraciones de los cursos oscilan de semanas a meses. Pero concretamente, y hablando de cursos (no de programas superiores, ni de masters), a veces, mucho tiempo es un freno para el alumno y otras veces, parece que la longitud del curso es proporcional al grado de conocimiento obtenido.

Para encontrar un equilibrio proponemos dos cuestiones a plantearse antes de contratarlo:

1. Realizar un curso que tenga entre 6 y 12 semanas. Para adquirir un conocimiento y retenerlo, se necesita de un tiempo de atención mínima que el alumno debe dedicar para repasar y practicar temas fundamentales relacionados con Customer Experience. Así mismo, es necesario para la realización de ejercicios, prácticas y test de evaluación.

2. La calidad de la enseñanza muchas veces tiene una relación directa con el profesorado que la imparte. Se recomienda revisar la formación y la motivación del profesor/es. O lo que es lo mismo, ¿tiene bases sólidas para hablar del tema? ¿Qué le mueve?

No es la primera vez que al revisar el currículum de un profesor, se detecta que su formación no tiene nada que ver con lo que imparte o que no está acorde con el curso (ej. tiene un título Profesional en Medio Ambiente o apenas presenta experiencia como formador o profesional en una compañía).

Por otra parte, se recomienda repasar si su trabajo es de “profesor asociado” o “titular” (la permanencia asegura su actualización y profesionalidad) y en qué materia. Es sospechoso, encontrar un profesor que antes impartía Marketing Directo y ahora es experto en “Customer Experience”, por ejemplo.

Al final de recibir el curso y el diploma, la prueba del “algodón” será si la formación ha hecho lo que tenía que hacer con el alumno. Una forma será evaluar el lenguaje de éste antes y después de la misma.

————— “ —————

Si su forma de aproximarse a la materia se vuelve más metódica y profesional, será un síntoma claro de aprendizaje.

—————

b) Garantía de conocimiento ante una solicitud

Es muy normal, usar un certificado para acreditar conocimientos ante un jefe, una empresa o un departamento de recursos humanos. El origen de esta garantía, tiene que ver con el prestigio de la institución que lo proporciona, del profesor que la imparte o del método aprendido.

La prueba del “algodón” aquí, es el tiempo que lleva el certificado en el mercado, las referencias en redes, las menciones en medios de comunicación y el posicionamiento de la institución o del director de la misma.

Por concluir. Desde luego, la garantía del aprendizaje es una promesa que podremos validar a través de referencias o de tener acceso a una comunidad.

Ésto es lo primero que hay que resolver cuando se plantea una certificación útil para el alumno. Y ¿cómo se puede lograr?

La respuesta es: “incorporando referencias realizadas por los propios alumnos, disponiendo de una comunidad de Alumni y de un método diferencial reconocido que permita diferenciarse innovando emocionalmente”.

El último de cuatro artículos



Este es el último de los artículos que he realizado junto con CANAL CEO, para poner de manifiesto los principales temas que aplican a la formación en Customer Experience y que son determinantes a la hora de realizar cualquier acreditación. Espero que hayan sido de utilidad para tí. Ten un día FANScinante!

Elena Alfaro | **Doctora Cum Laude experta en Transformación Emocional y autora “best seller” de títulos como “ABC del Customer Experience”. Fundadora de FANScinology y Leonardos Club.**

COMPARTIR

