



CURSO | CÓDIGO 26_74

Customer Journey: posicionar tu marca y fidelizarla (16 horas)

Del 7 al 28 de mayo de 2026 | Jueves de 16:00 a 20:00 horas
320 € * (Bonificable 65%)

*Descuentos:

- Socios Enactio: 10%
- Socios Enactio Plus: 15%
- Estudiantes y desempleados: 10% (se requiere acreditarlo)

INSCRÍBETE

OBJETIVOS

Construir tu viaje del cliente o customer journey te permitirá comprender el recorrido que realiza este, desde que detecta una necesidad o deseo hasta que realiza una compra y más allá. Lograrás entender aquello que le motiva, comportamientos y puntos de fricción de tus clientes. Con ello tu empresa pueden adaptar sus estrategia de marketing, ventas y atención al cliente más adecuada para brindar la experiencia más satisfactoria y personalizada. Además, te ayuda a identificar oportunidades para mejorar la retención y fomentar la lealtad hacia la marca.

DESTINATARIOS

Directivos, responsables de comunicación y marketing, responsables de ventas, personas interesada por conocer como mejorar el trato y la experiencia para con sus clientes.

DOCENTE

Susana Fraguas

Fundadora de CREA-TuBrand, agencia de comunicación omnicanal especializada en branding estratégico. Con más de 24 años de experiencia en diseño, comunicación, marketing y branding. Ha trabajado con grandes marcas internacionales desarrollando su proyección de imagen y cohesión comunicativa externa e interna, como DEARCON, EXSE y JIJONA SA con sus marcas Turrones El Abuelo, Delicatalia, ELIJESPAÑA entre muchas otras. Colabora con más de 10 sellos editoriales del Grupo Planeta y otros, en la creación de libros y materiales educativos traducidos en más de 50 idiomas.

Titulada en Artes Gráficas en Valencia, con una carrera profesional que comenzó en el mundo de la imprenta y evolucionó hacia el diseño editorial, el marketing y la estrategia de marca. Ha trabajado en estudios de diseño, departamentos de comunicación y editoriales, del Grupo Planeta donde estuvo vinculada 20 años, lo que le ha permitido adquirir una visión integral del proceso comunicativo. Desde 2018 lidera CREA-TuBrand, donde combina su experiencia con su vocación formadora, impartiendo cursos, mentorías y consultorías para empresas y profesionales. Además de dirigir proyectos integrales de comunicación y marketing. También lidera un proyecto Fraguando Empresas de CREA-TuBrand de apoyo al emprendedor y pequeña empresa, con asesoramiento personalizado y adaptado a su tamaño.



CURSO | CÓDIGO 26_74

Customer Journey: posicionar tu marca y fidelizar (16 horas)

PROGRAMA

1. El viaje del cliente como palanca de crecimiento.

- 1.1. Qué es el Customer Journey y por qué es clave para el éxito comercial.
- 1.2. Cómo la comunicación y el branding impulsan cada etapa del recorrido.
- 1.3. Las 5 claves que transforman tu marketing: comprensión, experiencia, fricción, fidelización y conversión.

2. Las Etapas del Viaje del Cliente y su Impacto en la Reputación de Marca.

- 2.1. De desconocido a defensor: el mapa emocional y racional del cliente.
- 2.2. Cómo adaptar tu mensaje, tono y canales en cada fase.
- 2.3. Branding dinámico: coherencia sin rigidez.

3. Etapa de Consciencia: Captar Atención y Construir Presencia.

- 3.1. Cómo posicionarte en la mente del cliente ideal desde el primer contacto.
- 3.2. Estrategias de visibilidad: marketing social, redes y eventos.
- 3.3. Omnipresencia con propósito: estar donde importa, con el mensaje adecuado.

4. Etapa de Consideración – Influenciar la Decisión con Contenido y Confianza.

- 4.1. Cómo convertir interés en intención a través de la comunicación de valor.
- 4.2. Storytelling, contenido educativo y marketing de influencia.
- 4.3. Factores de decisión: cómo tu marca puede inclinar la balanza.

5. Etapa de Decisión y Acción: Convertir sin Fricciones.

- 5.1. Propuesta de valor clara, llamada a la acción efectiva y diseño de ofertas irresistibles.
- 5.2. Experiencia de usuario como parte del mensaje de marca.
- 5.3. Comunicación postventa: cómo seguir hablando después de la compra.

6. Fidelización y Defensa: Convertir Clientes en Embajadores.

- 6.1. Cómo mantener la conversación con el cliente más allá de la venta.
- 6.2. Programas de fidelización, soporte proactivo y comunicación personalizada.
- 6.3. Marca como experiencia continua: escucha activa, transparencia y valor agregado.