



## OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Brindar herramientas estratégicas y prácticas con el objetivo de que los participantes puedan re- enfocar/potenciar la cultura de su organización, garantizando un efecto WOW en la “experiencia de sus clientes” (tanto externos como internos), que se consolide en un nivel de satisfacción óptimo que, por consecuencia, genere el incremento en su fidelidad y un impacto positivo en la rentabilidad del negocio.

## PÚBLICO OBJETIVO

Líderes, gerentes y supervisores que quieran re-enfocar/potenciar la cultura de su organización. Profesionales interesados en adquirir nuevas herramientas y desarrollar habilidades para guiar a su equipo hacia un alto desempeño en la “experiencia del cliente”.

## CONTENIDO POR MÓDULO

### MÓDULO 1: CONSTRUYENDO EXPERIENCIAS.

Fechas: 24 y 25 de agosto de 2018

9 horas por módulo.

#### Objetivo

Proporcionar a los participantes herramientas y habilidades para re-enfocar/potenciar la “Experiencia del Cliente” en su

organización.

Apoyar en la construcción de una cultura que permita desarrollar en sus colaboradores un fuerte compromiso con las necesidades de los clientes.

Reconocer aquellas áreas/situaciones donde se generan los abismos entre la experiencia que proveen sus colaboradores y lo que los clientes esperan.

Establecer estándares claros para la calidad en servicio.

## Contenido

¿En qué consiste la “Experiencia del Cliente”?

¿Cómo construir una cultura enfocada en la “experiencia del cliente” en 5 pasos?

Modelar el camino

Identificando y aniquilando “reglas estúpidas” que destruyen la experiencia de cliente.

¿Cómo gestionar el “día a día” en función del cliente?

Puntos predecibles en la “experiencia”, donde la ejecución debe ser impecable y no puede fallar ¿Cómo identificarlos?

Pautas para desarrollar sistemas que garanticen la satisfacción de los clientes (externos e internos).

Inspirar al equipo hacia metas comunes

¿Cómo lograr que su equipo se enfoque en los clientes?

Desafiar el Proceso (lidiar el cambio)

Reconocer donde se generan los abismos entre lo que se provee y lo que los clientes esperan.

¿Qué hacer para evitar su recurrencia y hacer la diferencia?

Habilitar a los colaboradores para que actúen

¿Cómo lograr la “auto-gestión” de la calidad de servicio?

Estimular el corazón ¿Cómo motivar al equipo para que se comprometa con los resultados deseados?

Pasos para desarrollar un ambiente de trabajo en equipo y colaboración para mejorar el desempeño y la potenciar la “experiencia del cliente”.

## MÓDULO 2: INNOVANDO EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Fechas: 7 y 8 de septiembre de 2018

9 horas por módulo.

#### Objetivo

Re-orientar/potenciar la experiencia del cliente en la organización a través de distintas herramientas de innovación que permitan generar mejoras en la experiencia actual del cliente, como también, en la creación de nuevos elementos que enriquezcan el servicio.



Principios de la gestión de la experiencia del cliente y su relación con la innovación en los servicios.

Pasos para entender profundamente las necesidades del cliente, utilizando técnicas no tradicionales de investigación.

Mapeo y evaluación de la experiencia actual del cliente para identificar los “puntos de dolor” y las oportunidades de innovación.

Diseño de una nueva experiencia del cliente que le permita a la empresa diferenciarse de la competencia y fidelizar a los clientes.

Diseño de un plan de implementación para crear una cultura de servicio alrededor de la experiencia del cliente diseñada.

Técnicas y herramientas para poder generar una constante innovación y renovación en la experiencia de sus clientes.

### Contenido

Principios de la gestión de la experiencia del cliente y su relación con la innovación en los servicios.

Pasos para entender profundamente las necesidades del cliente, utilizando técnicas no tradicionales de investigación.

Mapeo y evaluación de la experiencia actual del cliente para identificar los “puntos de dolor” y las oportunidades de innovación.

Diseño de una nueva experiencia del cliente que le permita a la empresa diferenciarse de la competencia y fidelizar a los clientes.

Diseño de un plan de implementación para crear una cultura de servicio alrededor de la experiencia del cliente diseñada.

Técnicas y herramientas para poder generar una constante innovación y renovación en la experiencia de sus clientes.

### INSTRUCTOR

**Pablo A. Velásquez Servia**

Licenciado en Administración de Empresas, cuenta con una Maestría en Dirección de Marketing y Diplomados en Marketing Estratégico, Gestión de Marketing y Aplicaciones de Marketing de la Unidad de Postgrado de la UAGRM. Ha sido certificado por el Service Quality Institute en México D.F como entrenador para el desarrollo de equipos auto-gestionados hacia la calidad. Es COACH certificado bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra.

Consultor Senior especialista en desarrollo organizacional; COACH en liderazgo, experiencia del cliente e innovación. Actualmente se encuentra liderando el proceso de implementación de un Programa de Desarrollo de Habilidades de Liderazgo para sus clientes FINO, INDUSTRIAS FERROTODO, TIGO y RANSA. De igual manera, se encuentra vinculado a procesos enfocados en potenciar la “EXPERIENCIA DEL CLIENTE” en empresas como IMCRUZ, BANCO GANADERO, BANCO FASSIL y ALIANZA SEGUROS. Entre sus últimos proyectos, ha estado involucrado a un programa para potenciar el clima y la cultura organizacional en YPFB REFINACIÓN y, a su vez, fue responsable de la implementación de programas de desarrollo de habilidades de liderazgo en SOBOCE, READY MIX, SOBOPRET y YPFB REFINACIÓN donde trabajó con más de 350 líderes.

Ha sido encargado de desarrollar distintos programas orientados a cambios organizacionales y comportamentales donde principalmente destacan: Programa de Desarrollo de Habilidades de Liderazgo, Programa de Gestión de la Innovación y Programa para el Desarrollo de una Cultura enfocada en la EXPERIENCIA DEL CLIENTE; el primero ha sido premiado el año 2014 como MEJOR PRÁCTICA DE GESTIÓN HUMANA EN BOLIVIA por la ASOBOGH (Asociación Boliviana de Gestión Humana).

Conferencista y facilitador con más de 8 años de experiencia en temas relacionados a liderazgo, innovación, experiencia del cliente, integración y otros orientados al desarrollo de competencias comportamentales; habiendo capacitado hasta la fecha a más de 8.000 personas en empresas como, SOBOCE, TIGO, REPSOL, YPFB CHACO, TOTAL, EMBOL (COCA COLA), UPSA, ENTEL, YPFB TRANSPORTE, CAINCO, PETROBRAS, FINO, YPFB REFINACIÓN, IMCRUZ, BANCO

UNIÓN, ADUANA NACIONAL, RANSA, BANCO GANADERO, NIBOL, SAMSUNG, LA BOLIVIANA CIACRUZ, BANCO FASSIL, PETREX, BANCO ECONÓMICO, FINI LAGER, CITSA, ALIANZA SEGUROS, INDUSTRIAS FERROTODO, TECNOPOR, GRUPO GEO, FORTALEZA SEGUROS, BATEBOL, HOTEL CORTEZ, PROMEDICAL, UDI, ITACAMBA, IGA, WET CHEMICAL, TECORP, INESCO y otras. Actualmente es director de TALENTUM, su propia consultora, orientada al desarrollo organizacional.