CURSO: GESTIONANDO LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES

OBJETIVOS DEL CURSO

Proporcionar a los participantes herramientas y metodologías para re-enfocar/potenciar la "experiencia del cliente" que proporciona su equipo comercial.

Reconocer aquellas áreas/situaciones donde se generan los abismos entre la experiencia que provee actualmente su equipo comercial y lo que los clientes verdaderamente esperan.

Definir un ROADMAP para el equipo comercial orientado a consolidar una estrategia y cultura enfocada en la experiencia del cliente.

Apoyar en la construcción de una cultura que permita desarrollar en el equipo comercial un fuerte compromiso con las necesidades de los clientes.

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Directores de empresas, gerentes comerciales jefes comerciales, supervisores de ventas y todo aquel que quiera aprender herramientas prácticas y comprobadas para lograr maximizar los resultados de su equipo comercial.

CONTENIDO

- ¿En qué consiste la "experiencia del cliente"?
- El "lazo de la experiencia".
- Cadena de valor de la experiencia del cliente.
- Análisis de la experiencia de un cliente, caso práctico para entender lo que implica una estrategia y cultura enfocada en la "Experiencia del Cliente".
- Los elementos que crean la experiencia.
- Experiencia del cliente como estrategia de diferenciación.
- ¿Cómo construir una estrategia y cultura enfocada en la "experiencia del cliente" en 3 pasos?
- Comprender la Experiencia del Cliente
  - Barreras para la comprensión del cliente.
  - Visión inside out/outside in
  - ¿Qué hacemos pare entender mejor y potenciar la experiencia de nuestros clientes?
  - Diagnóstico: Identificando y aniquilando "reglas estúpidas" que actualmente destruyen la experiencia del cliente en su organización.

- Transformar la Experiencia del Cliente
  - ¿Cómo generar CONFORT para el cliente?
  - 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?
  - ¿Cómo potenciar la "auto-gestión" de la experiencia?
  - Momentos de verdad ¿Cómo trabajar con ellos?
  - Puntos predecibles en la "experiencia", donde la ejecución debe ser impecable y no puede fallar ¿Cómo identificarlos?
- Potenciar nuestra Cultura de Trabajo
  - ¿Cómo lograr que su organización se enfoque en los clientes?
  - La "experiencia del colaborador".

- Pasos para desarrollar un ambiente de trabajo en equipo, empoderamiento y colaboración para mejorar el desempeño y potenciar la "experiencia del cliente".

DURACIÓN

9 horas reloj.

CERTIFICACIÓN

Al finalizar el curso se entregará un certificado de asistencia avalado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra – UPSA. Podrán acceder a dicha certificación quienes cumplan como requisito una asistencia mínima del 80%.

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 como **Customer Experience Management Expert** por IZO (España) y por el Service Quality Institute en México D.F como **entrenador para el desarrollo de una cultura enfocada en la experiencia del cliente**. Es **COACH certificado** bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Practitioner en PNL (Programación Neuro-lingüística) certificado por la Universidad de California - EEUU. Entrenador certificado en la metodología LEGO SERIOUS PLAY® por Rasmussen Consulting en Buenos Aires, Argentina.

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 (GRUPO ALICORP), TIGO, IMCRUZ (GRUPO DERCO), YPFB ANDINA y GRUPO GEO; llegando a trabajar aproximadamente con un total de 385 líderes. De igual manera, se encuentra vinculado a procesos orientados a potenciar una "Cultura enfocada en la EXPERIENCIA DEL CLIENTE" en empresas como TIGO, BANCO BISA, IMCRUZ, GLADYMAR, ITACAMBA, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, MAINTER, BANCO ECONÓMICO y COTAS. Ha estado involucrado en distintos programas de cambio cultural en distintas organizaciones, como: BANCO GANADERO, INDUSTRIAS FERROTODO, YFB REFINACIÓN, SOBOCE, RANSA BOLIVIA y HOTEL CORTEZ.

Ha sido encargado de desarrollar distintos programas orientados a generar cambios culturales donde principalmente destacan: Programa de desarrollo de habilidades de liderazgo, Programa para el desarrollo de una estrategia y cultura enfocada en la EXPERIENCIA DEL CLIENTE, Programa de gestión de la Innovación; 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, experiencia del cliente e innovación; habiendo capacitado hasta la fecha a más de 11.500 personas en empresas como, SOBOCE, TIGO (MILICOM), REPSOL, YPFB CHACO, BANCO BISA, TOTAL, EMBOL (COCA COLA), UPSA, ENTEL, YPFB TRANSPORTE, CAINCO, PETROBRAS, FINO (ALICORP), YPFB REFINACIÓN, IMCRUZ (GRUPO DERCO), BANCO UNIÓN, GLADYMAR, ADUANA NACIONAL, RANSA BOLIVIA (GRUPO ROMERO), BANCO GANADERO, NIBOL, SAMSUNG, LA BOLIVIANA CIACRUZ, BANCO FASSIL, MAINTER, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, PETREX, BANCO ECONÓMICO, FINI LAGER, CITSA, ALIANZA SEGUROS, INDUSTRIAS FERROTODO, TECNOPOR, FAMOSA, GRUPO GEO, FORTALEZA SEGUROS, BATEBOL, SAGUAPAC, COTAS, PROMEDICAL, UDI, ITACAMBA, IGA, AGRIPAC, WET CHEMICAL, TECORP, INESCO y otras. Actualmente es director general de TALENTUM, su propia consultora, orientada al desarrollo organizacional.