

**GESTIÓN EMPRESARIAL**

**CURSO ONLINE:**  
GESTIONANDO LA  
**EXPERIENCIA DE LOS**  
**CLIENTES-ÁREA DE VENTAS**

### OBJETIVOS

- 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.

### CERTIFICACIÓN

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 y presentación de los trabajos del 100%.

### CARGA HORARIA

12 horas reloj, 4 sesiones on-line de 2 horas y 4 horas de trabajo individual.

### METODOLOGÍA

#### - Actividades previas al taller

Envío de material de estudio por correo electrónico, incluyendo lecturas y actividades que serán empleadas en las sesiones en línea.

#### - Sesiones online en vivo

Enseñanzas 100% prácticas y adaptadas a la realidad actual.

#### - Actividades posterior a las Sesiones online

Evaluaciones. Lecturas de apoyo. Trabajos prácticos individuales y en equipo. Análisis de casos. Auto-diagnósticos. Revisión de trabajos prácticos y respuesta a consultas por parte del instructor.

**GESTIÓN EMPRESARIAL**

**CURSO ONLINE:**  
**GESTIONANDO LA**  
**EXPERIENCIA DE LOS**  
**CLIENTES-ÁREA DE VENTAS**

## 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 para 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”.

**GESTIÓN EMPRESARIAL**

**CURSO ONLINE:**  
GESTIONANDO LA  
**EXPERIENCIA DE LOS**  
**CLIENTES-ÁREA DE VENTAS**

## INSTRUCTOR

### Lic. 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. Consultor certificado en Neurociencias aplicadas al Liderazgo en México D.F. Es COACH certificado bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Ha sido certificado como Customer Experience Management Expert por IZO (España) y por el Service Quality Institute (Estados Unidos) como entrenador para el desarrollo de una cultura enfocada en la experiencia del cliente.. 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 la “Escuela de Líderes” para sus clientes TIGO, IMCRUZ (GRUPO DERCO), AZZORTI, TERBOL, UPSA y SOBOCE; llegando a trabajar aproximadamente con un total de 425 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, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, DISMATEC, MAINTER, UDI, BANCO ECONÓMICO, UTEPSA y COTAS. Ha estado involucrado en distintos programas de transformación cultural en distintas organizaciones, como: BANCO GANADERO, GRUPO GEO, INDUSTRIAS FERROTODD, ALICORP, YFB REFINACIÓN, KIMBERLY, SOBOCE, RANSA BOLIVIA, YFPB ANDINA y HOTEL CORTEZ.

Ha sido encargado de desarrollar distintos programas orientados a generar cambios culturales donde principalmente destacan: Escuela de Líderes®, Programa de transformación cultural enfocada en la EXPERIENCIA DEL CLIENTE®, Programa de gestión de la Innovación; el primero ha sido premiado el año como MEJOR PRÁCTICA DE GESTIÓN HUMANA EN BOLIVIA por la ASOBOGH (Asociación Boliviana de Gestión Humana).

Conferencista y facilitador con más de 10 años de experiencia en temas relacionados a transformación cultural, liderazgo, experiencia del cliente e innovación; habiendo capacitado hasta la fecha a más de 14.500 personas en empresas como: SOBOCE, TIGO (MILICOM), REPSOL, YFPB CHACO, BANCO BISA, TOTAL, EMBOL (COCA COLA), UPSA, ENTEL, YFPB TRANSPORTE, KIMBERLY-CLARK, BELCORP, CAINCO,



TALENTUM



GESTIÓN EMPRESARIAL

CURSO ONLINE:

# GESTIONANDO LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES-ÁREA DE VENTAS

PETROBRAS, ALICORP, YPFB REFINACIÓN, IMCRUZ (GRUPO DERCO), BANCO UNIÓN, GLADYMAR, ADUANA NACIONAL, RANSA BOLIVIA (GRUPO ROMERO), BANCO GANADERO, NIBOL, SAMSUNG, LA BOLIVIANA CIACRUZ, HP MEDICAL, BANCO FASSIL, MAINTER, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, PETREX, BANCO ECONÓMICO, AZZORTI, CRECER, IFD, FINI LAGER, CITSA, ALIANZA SEGUROS, INDUSTRIAS FERROTODD, TECNOPOR, FAMOSA, DHL, GRUPO GEO, FORTALEZA SEGUROS, BATEBOL, SAGUAPAC, COTAS, PROMEDICAL, UDI, ITACAMBA, IGA, UTEPSA, TERBOL, CONSTRUCTORA SANCHEZ TRIPOLONI, AGRIPAC, WET CHEMICAL, TECORP, INESCO, OPTICENTRO y otras. Actualmente es director general de TALENTUM, su propia consultora, orientada a la transformación cultural.