



## PROGRAMA PARA GENERAR EXPERIENCIAS POSITIVAS EN LOS CLIENTES

**Del 18 de febrero al 5 de marzo de 2020**

**Sesiones:** Martes, miércoles y jueves.

**Horario:** De 19:00 a 22:00 hrs.

**Lugar:** Aulas CENACE, campus UPSA.

**Inversión: Bs 1600.-**

**Contacto:** Ronie Kruklis Cel. 79875739

Tel. 346-4000 int. 218

**Correo:** cenace@upsa.edu.bo

### OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Brindar herramientas prácticas con el objetivo de que los participantes puedan generar EXPERIENCIAS POSITIVAS en los clientes de su organización, garantizando un efecto WOW, 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.

Los participantes experimentarán un proceso completo de entrenamiento hacia un alto desempeño

en la “EXPERIENCIA DEL CLIENTE”; asimilando detalladas técnicas y actitudes que las personas encargadas de “brindar la experiencia” necesitan día a día en la línea de combate para generar un efecto WOW que genere altos índices de satisfacción en sus clientes.

### CERTIFICACIÓN

Al finalizar el programa 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%.

### DURACIÓN

18 horas reloj.

### MÓDULO I: GENERANDO EXPERIENCIAS POSITIVAS EN LOS CLIENTES

**Fechas:** Del 18 al 20 de febrero.

**Sesiones:** Martes, miércoles y jueves.

### OBJETIVO

El taller busca interiorizar en los participantes la importancia de su rol en la experiencia del “cliente”, afianzando el desarrollo de un fuerte compromiso con el cumplimiento de sus necesidades e inspirando la generación de un efecto WOW, que genere el incremento en su fidelidad, una buena recomendación y un impacto positivo en la rentabilidad del negocio.

A su vez, se compartirán conocimientos y herramientas de aplicación práctica que potencien sus habilidades de **escucha, interacción y asertividad** (basados en la PNL) para propiciar mensajes claros y argumentados, buscar acuerdos e influir positivamente en las experiencias de los clientes. Compartir estándares claros para generar experiencias positivas.

### A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Todo el personal que día a día se contacta con distintos tipos de clientes internos/externos.



## CONTENIDO

### CAPÍTULO 1: CONOCIENDO NUESTRO ROL EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

- Del “servicio al cliente” a la “experiencia del cliente” ¿Moda o realidad?
- ¿Cómo se comportan actualmente los clientes? ¿Por qué es necesario generar EXPERIENCIAS POSITIVAS?
- Análisis de la experiencia de un cliente, caso práctico para entender el contexto en el cual nos desenvolvemos.
- La “experiencia del cliente” y el rol que desempeñamos para generarla.
- Analizando clientes que viven “buenas experiencias” y sus potenciales beneficios.
- Analizando clientes que viven “malas experiencias” y sus devastadoras consecuencias.
- 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?
- Las 4 leyes que nos permiten generar experiencias positivas: Tips para aplicarlas correctamente con el objetivo de generar la recomendación de los clientes.
- Calidad en la “experiencia de cliente” ¿Qué aspectos engloba este concepto?

### CAPÍTULO 2: HABILIDADES Y TÉCNICAS PARA GENERAR EXPERIENCIAS POSITIVAS

- MOMENTOS DE VERDAD, ¿Qué son y como impactan en la experiencia que generamos?
- ¿Cómo se debe trabajar en los MOMENTOS DE VERDAD?
- Generando EXPERIENCIAS POSITIVAS para lograr la RECOMENDACIÓN de los clientes.
- El “paso a paso” para generar EXPERIENCIAS POSITIVAS:
  - Sintonizar la frecuencia del cliente: PNL (PROGRAMACIÓN NEURO-LINGÜÍSTICA) para entender como la comunicación (verbal y no verbal) impacta en la primera impresión y al momento de generar sintonía con el cliente. Herramientas prácticas que permitan potenciar habilidades y aplicaciones de una

comunicación centrada en las personas a través de la escucha, empatía y asertividad.

- Tips para hacer preguntas y escuchar, entiendo las necesidades del cliente.
- Consejos para orientar una solución al cliente, entendiendo el problema y asumiendo responsabilidad.
- WOW: En la experiencia no es qué haces, sino cómo lo haces, lo que hace la diferencia.
- Actitud, la verdadera diferencia para lograr EXPERIENCIAS POSITIVAS.

### MÓDULO II: ¿CÓMO GESTIONAR QUEJAS CON LOS CLIENTES?

**Fechas:** Del 3 al 5 de marzo.

**Sesiones:** Martes, miércoles y jueves.

#### OBJETIVO

El programa permitirá enseñar cómo recuperar el servicio después de un error, cómo lograr que jamás un cliente se vaya insatisfecho, cómo resolver problemas, cómo asumir responsabilidad, cómo disculparse, cómo contener los daños inmediatamente, cómo compensar a un cliente agraviado, cómo tomar decisiones rápido, cómo tratar con clientes enojados, cómo manejar quejas, cómo gestionar nuestra inteligencia emocional y la del cliente en una situación de conflicto, cómo utilizar la PNL para empatizar con el cliente, cómo hacer que un cliente vuelva a sonreír incluso después de haberle arruinado el día y cómo convertir una mala experiencia en un cliente leal.

#### A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Todo el personal que día a día se contacta con distintos tipos de clientes (externos/internos) con el fin de disminuir los niveles de deserción de clientes e incrementar su satisfacción.

## CONTENIDO

### CAPÍTULO 1: MANEJANDO QUEJAS Y CLIENTES MOLESTOS

- Análisis de una queja, caso práctico para entender todos los componentes que intervienen en una situación de conflicto.



- Comportamiento de los clientes insatisfechos y su EFECTO MULTIPLICADOR
- ¿Qué es lo que hace que los clientes se QUEJEN?
- Estados emocionales de un cliente que se queja.
- ¿Cómo manejar quejas?
- ¿Cómo tratar con clientes conflictivos?
- Paso a paso para controlar una situación conflictiva.
- Inteligencia emocional: ¿Cómo gestionar las emociones del cliente al momento de manejar una queja?
- Tips para desengancharse emocionalmente de la situación y lograr empatizar con el cliente.
- ¿Cómo empatizar con un cliente utilizando la PNL?
- Test sobre SISTEMAS DE REPRESENTACIÓN según la PNL que permita entender “cómo funciona e impacta” nuestra comunicación en el manejo de una queja.
- Atendemos en función a nuestra forma de ser: Análisis y auto-diagnóstico de estilos de personalidad y cómo estos influyen en la experiencia que brindamos.

## **CAPÍTULO 2: RECUPERACIÓN DEL SERVICIO PARA LOGRAR FIDELIZACIÓN**

- ¿Cómo asumir responsabilidad?
- Resolviendo problemas ante un cliente con quejas.
- ¿Cómo lograr que un cliente no se vaya insatisfecho?
- ¿Cómo contener los daños inmediatamente?
- ¿Qué se debe hacer para que el cliente vuelva a sonreír aún después de que se le ha arruinado el día?
- Desarrollando EMPOWERMENT (facultamiento) que permita tomar decisiones de alto impacto para los clientes.
- ¿Cómo tomar decisiones rápido?
- Compensando a un cliente conflictivo ¿Qué hacer y qué no?
- Simulaciones utilizando situaciones propias del día a día de los participantes que permitan realizar un feedback sobre su desempeño, tomando como base todo lo asimilado a lo largo del taller.

### **FACILITADOR**

#### **Miguel Alberto Flores**

Licenciado en Administración de Empresas, con un Diplomado en organización y gestión pedagógica en Educación Superior otorgado por la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno “U.A.G.R.M”, especialista en Coaching de Ventas, Neuroventas y PNL (Programación Neuro-lingüística).

Experto en Gestión de Servicio al Cliente y auditor Interno de Sistemas de Calidad según norma ISO 9001:2008, Facilitador Certificado con la norma internacional “COPC” (Customer Operation Performance Center “Kenwin-MIAMI) en la empresa de Telecomunicaciones TIGO.

Cuenta con nueve años de experiencia en la empresa TIGO, cuatro de ellos como facilitador-capacitador, formando a operadores de atención al cliente y ventas a nivel nacional.



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, ALICORP (GRUPO ROMERO), FINO (GRUPO ROMERO), 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 FERROTODD, 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, consultora orientada al desarrollo organizacional.

### **Miguel Alberto Flores**

Licenciado en Administración de Empresas, con un Diplomado en organización y gestión pedagógica en Educación Superior otorgado por la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno "U.A.G.R.M", especialista en Coaching de Ventas, Neuroventas y PNL (Programación Neuro-lingüística).

Experto en Gestión de Servicio al Cliente y auditor Interno de Sistemas de Calidad según norma ISO 9001:2008, Facilitador Certificado con la norma internacional "COPC" (Customer Operation Performance Center "Kenwin-MIAMI) en la empresa de Telecomunicaciones TIGO.

Cuenta con nueve años de experiencia en la empresa TIGO, cuatro de ellos como facilitador-capacitador, formando a operadores de atención al cliente y ventas a nivel nacional.