



**CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT  
LIDERANDO UNA ESTRATEGIA Y CULTURA  
ENFOCADA EN “EXPERIENCIA DEL CLIENTE”**

**Del 08 al 11 de mayo de 2019**

**Sesiones y horarios:** Miércoles,  
jueves y viernes (18:00 a 22:00 hrs.)  
y sábado (08:30 a 16:30 hrs.)

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

**Contacto:** Ronie Kruklis Cel. 79875739  
Tel. 346-4000 int. 218

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

**OBJETIVOS**

Brindar herramientas estratégicas y prácticas con el objetivo de que los participantes puedan re-enfocar/potenciar la estrategia y cultura de su organización, garantizando un efecto positivo en la “experiencia de sus clientes”, que se consolide en un nivel de fidelización y recomendación óptimo que, por consecuencia, genere un impacto favorable en la rentabilidad del negocio.

Reconocer aquellas áreas/situaciones donde se generan los abismos entre la experiencia que

proporciona actualmente la empresa y lo que los clientes verdaderamente esperan.

Definir un ROADMAP para su empresa orientado a consolidar una estrategia y cultura enfocada en la experiencia del cliente.

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

**A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO**

Líderes, gerentes y supervisores que quieran re-enfocar/potenciar la estrategia y 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”.

**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%.

**DURACIÓN**

20 horas reloj.

**CONTENIDO**

**CAPÍTULO 1: EXPERIENCIA DEL CLIENTE, ¿QUÉ ES REALMENTE Y CÓMO ESTÁ FUNCIONANDO ACTUALMENTE EN TÚ ORGANIZACIÓN?**

- ¿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?
- Comprendiendo 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?
- ¿Cómo identificar mejoras en la experiencia que impacten de manera positiva en el cliente?
- Diagnóstico: Identificando y aniquilando “reglas estúpidas” que actualmente destruyen la experiencia del cliente en su organización.
- Herramientas para diagnosticar y escuchar al cliente.

## **CAPÍTULO 2: DEFINIENDO UN ROADMAP PARA SU EMPRESA ORIENTADO A CONSOLIDAR UNA ESTRATEGIA Y CULTURA ENFOCADA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.**

- El proceso de transformación en 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?
  - Diagnóstico de océanos azules para diseñar una estrategia enfocada en la experiencia del cliente.
  - Pasos para entender profundamente las necesidades del cliente, utilizando la metodología de Design Thinking.
  - Aplicación práctica del mapa de la empatía.
  - Customer Journey: Mapeo y evaluación de la experiencia actual del cliente para

identificar los “puntos de dolor” y las oportunidades de innovación.

- El proceso de transformación en la experiencia del cliente:
  - Blueprint, la herramienta clave para transformar experiencias.
  - Otras técnicas y herramientas para poder generar una constante innovación y renovación en la experiencia de sus clientes.
  - 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 que permita hacer realidad la experiencia del cliente diseñada: Escuchar. Medir. Innovar. Implementar. El ciclo permanente que debemos mantener activo en toda estrategia y cultura enfocada en la experiencia del cliente.

## **CAPÍTULO 3: ¿CÓMO CONSOLIDAR UNA CULTURA ENFOCADA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE?**

- Potenciando una cultura organizacional enfocada en la experiencia del cliente:
  - ¿Cómo lograr que su organización se enfoque en los clientes?
  - ROADMAP para consolidar una cultura de organizacional enfocada en la experiencia del cliente.
  - El “liderazgo” y la “experiencia del colaborador”; pilares fundamental que sostienen una cultura.
  - Pasos para estimular una cultura de trabajo en equipo, empoderamiento y colaboración para mejorar el desempeño y potenciar la “experiencia del cliente”.



## INSTRUCTOR

### Lic. Pablo A. Velasquez 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 FERROTOD, 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 FERROTOD, 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.