

CLIENTING ¿TE MERECE A TUS CLIENTES? GANANDO SU CABEZA Y SU CORAZÓN

LOGRANDO CLIENTES MÁS VINCULADOS Y MARCAS MÁS PODEROSAS

La gestión de mercados y clientes nunca ha sido tan arriesgada y a la vez tan estratégica. Para ganar en el mercado, los profesionales del área comercial y marketing se han convertido en protagonistas de la ejecución estratégica. La tarea es conseguir que toda la organización esté volcada en vincular clientes, y no solo en vender productos o servicios. Las empresas tienen que dedicar más tiempo a refinar y comunicar el “quiénes somos y porqué hacemos las cosas”.

La tecnología transforma los negocios y apoya el objetivo de crear marcas que resulten atractivas, gestionar la experiencia del cliente a través de los distintos canales y estimular conductas leales. El desafío es el de siempre pero con nuevos medios. Las empresas tienen el deber de hacer que su promesa de marca, la experiencia del cliente y los valores que conforman su cultura sean un todo coherente que se retroalimente de manera positiva.



PRINCIPALES BENEFICIOS

Conocer las claves de la gestión para ganar la cabeza y el corazón de los clientes en un contexto de redes sociales, multicanalidad y herramientas de análisis de cantidades masivas de información.

Trabajar en el rediseño de la experiencia de clientes a través de los distintos canales utilizando la técnica de observación empática de las reacciones emocionales.

Conocer las posibilidades de tematizar con los atributos de la marca la experiencia del cliente y los valores culturales de la empresa.

Cimentar las bases para que los participantes puedan desplegar una cultura de servicio al cliente y de colaboración interna y externa que permita mejorar la propuesta de valor y la percepción de valor de los clientes.



¿PARA QUIÉN ES ESTE PROGRAMA?

Presidentes, Consejeros Delegados, Gerentes generales, Vicepresidentes y Directores.

Consejos de administración y Comités Ejecutivo. Gerentes de finanzas, marketing, recursos humanos, comerciales, ventas, nuevos negocios, gestión de clientes, transformación y estrategia e innovación.

Consultores, Profesores de Universidad, Coaches.



CONTENIDO Y AGENDA

SESIÓN 1: GANANDO EL CORAZÓN Y LA CABEZA DE CLIENTES Y CONSUMIDORES: DEL FOCO EN EL MEJOR PRECIO AL DE VALOR DIFERENCIAL.

La gestión del posicionamiento. Las prestaciones “tumbativas”. Preferencia de marca: tematizar la experiencia del cliente y consistencia con los valores culturales de la empresa. La gestión de procesos de orientación al cliente. Haciendo posible la centricidad. Las culturas colaborativas. La motivación que fomenta la creatividad e innovación.

SESIÓN 2: NO SE PUEDE SER BUENO EN TODO. LOS TRADE-OFFS EN EL DISEÑO DE LA OFERTA DEL SERVICIO.

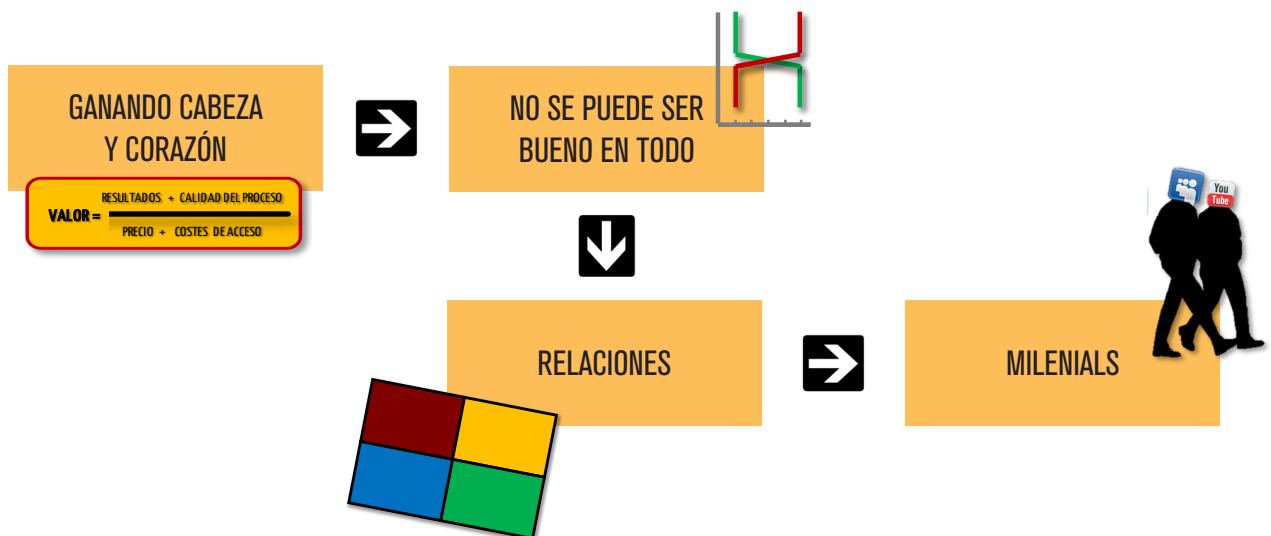
Los mapas de atributos diferenciales. Alguien ha de pagar la excelencia. Las maneras en las que se puede financiar el ser muy bueno en algo. Hacer agradable el precio. Los fallos no son atribuibles a los empleados; el origen de los errores. Los clientes han de ser gestionados de manera explícita. Haciendo que el cliente colabore. Las alternativas de auto-servicio. El rediseño de la experiencia de clientes y los momentos de la verdad. Los componentes racionales y emocionales.

SESIÓN 3: DE LAS TRANSACCIONES A LAS RELACIONES

Los elementos que configuran el talento comercial y cómo hacerlos crecer. Educando al cliente: las claves de la venta de valor añadido. De la transacción a la construcción de relaciones. Las claves de las ventas complejas. Construyendo una credibilidad que genere respeto y más ventas. Los ejecutivos comerciales con marca propia. La liquidez de los profesionales comerciales: conocimientos técnicos y actitudes. Los cuatro cuadrantes del talento comercial y su impacto en la venta en función del perfil del cliente.

SESIÓN 4: VENDIENDO CON MÁS EFICACIA A LA GENERACIÓN MILENIAL

La conexión pensar, sentir y decidir en la venta: ganando el corazón y la cabeza de las nuevas generaciones. Las 10 claves para conectar con la forma de pensar de las personas que han “nacido” en las redes sociales. La secuencia de prioridades que hará que tengamos un enfoque de venta atractivo para la generación milenial.





Carlos Escario

Huete&CO
Santa Engracia, 4, 2ºD 28010 Madrid

T. +34 620 059 601 c.escario@hueteco.com

EMPRENDEDOR · EJECUTIVO GLOBAL · ASESOR Y CONSULTOR DE DIRECCIÓN · SPEAKER · AUTOR · COACH EJECUTIVO

Nuestro Propósito:

- Educar en los negocios
- Inspirar para la acción
- Conectar con la Grandeza



Ex Experiencia

Huete&Co
SOCIO

IESE Business School
PROFESOR ADJUNTO

Universidad Notre Dame
PROFESOR ADJUNTO

Escuela de emprendedores EDEM
PROFESOR ADJUNTO

Universidad CEU-UCH
PROFESOR HONORARIO

Basque Culinary Center
PROFESOR ADJUNTO

UTi Worldwide Inc.
PRESIDENTE GLOBAL, SOLUCIONES INTEGRADAS
PRESIDENTE REGIÓN EMENA
SENIOR VP GLOBAL, ESTRATEGIA
PRESIDENTE REGIÓN EMENA, SOLUCIONES DE CLIENTES
VP REGIÓN EMENA, VENTAS & MARKETING

SLI, S.A.
FUNDADOR & CEO

E Educación

Universidad CEU-UCH
DOCTORANDO EN ESTRATEGIA

Univ. Rey Juan Carlos
MASTER EN MARKETING

IESE Business School
EXECUTIVE MBA

Univ. CEU-San Pablo
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

H Habilidades



S Servicios

Conferencias



Seminario - Taller



Acompañamiento - Asesoramiento



I Intereses

CLIENTES MILENIALES TRANSFORMACIÓN ESTRATEGIA BRANDING MARKETING PROPÓSITO DISRUPCIÓN
INNOVACIÓN VALOR CONSULTORÍA EJECUCIÓN PERSONAS PROCESOS CULTURA GESTIÓN
MOTIVACIÓN DESARROLLO PERSONAL EMPRENDEDURISMO PLANIFICACIÓN LIDERAZGO

