

## TO THE HEART OF VALUE

### CENTRICIDAD AL CLIENTE Y ESTRATEGIAS DE VENTA DE VALOR

Ser céntrico al cliente es una elección no binaria. Tu estrategia y posicionamiento determina tu propuesta de valor. Este programa te ayudará a entender las diferencias entre una cultura céntrica al cliente y otra céntrica al producto, con el objetivo primario de vender y retener a clientes multinacionales y globales de una manera más exitosa y liderar grupos diversos culturalmente y enfocados al servicio de manera más efectiva. Los asistentes van a ganar una profunda apreciación por la comunicación inter-organizacional e interpersonal, y conocer a fondo las herramientas para trabajar en entornos comerciales y de negocio, multiculturales, globales y transculturales.

La unidad conduce al acuerdo y enfoque organizacional. La diversidad es el génesis de la innovación y el crecimiento. Para crecer en el mundo de negocios global hoy en día es necesario integrar ambas y crear puentes a través de la diversidad. Para dirigir y guiar a clientes internacionales es necesario adoptar perspectivas, herramientas y sistemas que reduzcan la complejidad y faciliten la entrega de valor cuantificado entre divisiones, geografías y funciones. Líderes y gerentes necesitan desarrollar competencias específicas para triunfar en este contexto.



## PRINCIPALES BENEFICIOS

Avanzar en la comprensión y entendimiento de cómo una cultura de centricidad al cliente da forma a la visión de una organización enfocada a la creación de valor y conductas leales.

Desarrollo de una estructura operativa efectiva en un equipo horizontal y con cultura de servicio.

Obtener las habilidades para eliminar barreras y mejorar la comunicación entre clientes y equipos.

Aprender la estructura y habilidades para comunicar el valor y vender de manera efectiva y retener a clientes multinacionales y globales. Entender la variedad de herramientas para acortar el ciclo de venta e implementar metodologías para despertar comportamientos leales en tus clientes globales.

Equiparse con el set de herramientas, conceptos y metodologías para diseñar y servir a cada segmento de clientes con propuestas de valor diferenciales.

Identificar los “atributos tumbativos” que te hagan superar a los competidores.

## ¿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: VISIÓN DE MERCADO. ¿ES LA CENTRICIDAD DE CLIENTES LA MEJOR ESTRATEGIA PARA TU ORGANIZACIÓN?

Configuración de los mercados. La batalla entre generalistas y especialistas. La polarización de los mercados ¿Es la multiespecialidad la mejor respuesta? Propuestas de valor disruptivas. Ingeniería de nuevos modelos de negocio como Google, Apple, Uber o Amazon. Rediseño de los espacios competitivos y el nacimiento de agujeros negros. Creación de nuevas industrias. ¿Céntrico al cliente, al producto o ambos? Las mejores opciones para tu negocio. Los tres terrenos competitivos y la secuencia competitiva determinan tu propuesta de valor natural.

### SESIÓN 2: ¿CÓMO ES DE NECESARIA PARA TU ORGANIZACIÓN LA CENTRICIDAD DE CLIENTES?

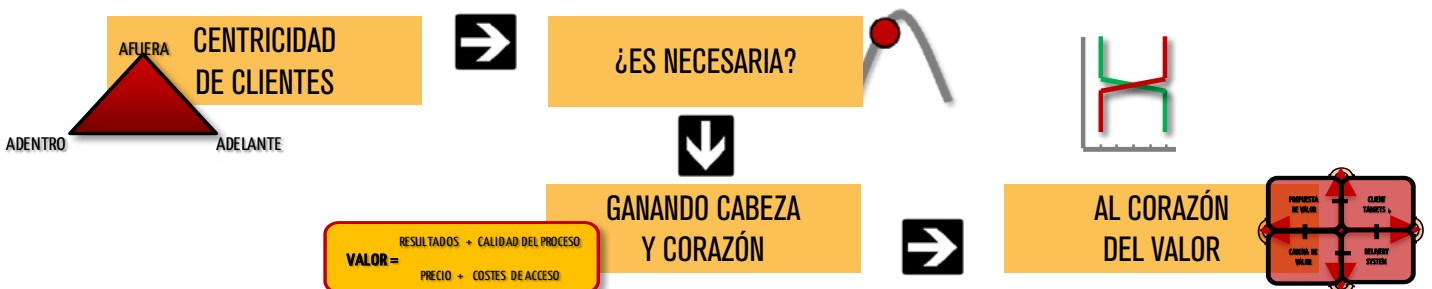
Ser centrado al cliente es una elección no binaria; la decisión es cuánto de céntrico al cliente necesitas ser. Anticípate a los retos del mercado. ¿Problemas normales o anormales? Entiende el ciclo de vida de tu organización y en que fase se encuentra. Diferentes etapas, diferentes estrategias y diferentes resultados. PRIME. El equilibrio entre flexibilidad y control. ¿Está tu organización creciendo o envejeciendo? El anti-aging organizativo y el papel de los clientes en el rejuvenecimiento. Apoyando el crecimiento orgánico. Los riesgos de no evolucionar y el perfil de talento requerido. El ciclo de vida de tu cliente y cuando el valor transaccional puede ser su mejor opción. Venta de soluciones. Ventajas y desventajas del tamaño. La visión del cliente.

### SESIÓN 3: GANANDO LA CABEZA Y CORAZÓN DE TU CLIENTE.

La interdependencia entre cabeza y corazón del cliente a la hora de tomar decisiones. Los 5 elementos básicos para conquistarlos. El viaje hacia la satisfacción y lealtad del cliente. Los mercados polarizados: la trampa del precio y la paradoja del valor añadido. Como escapar al conformismo. Las 4 estrategias de compra y los imanes del valor para diferenciar tu propuesta. Emocional vs. racional y las diferentes tipologías de cliente. Los atributos más valorados por el cliente y como escapamos a la comparación con el competidor. Diseñando atributos tumbativos para los diferentes segmentos de tu mercado objetivo. Incluyendo consistencia en tu propuesta de valor.

### SESIÓN 4: AL CORAZÓN DEL VALOR.

Los comportamientos leales de un cliente. La parte del mercado infiel por construcción. El conocimiento a muerte de tus clientes; el poder del servicio segmentado. Estrategias de generación de valor y hacer cómodo el proceso de compra por los clientes: el valor percibido. Alargar para ensanchar; la vida media de un cliente y las cuatro palancas de generación de valor para tu compañía. El crecimiento orgánico y los puntos de apoyo para un crecimiento sostenible: el tamaño del territorio, el contrato medio y el ciclo de cierre. El apilamiento del valor: la articulación de la propuesta. Las ventas complejas y soluciones integradas. La comunicación a múltiples niveles de la organización. Las tipologías de valor; el percibido, el cuantificado y el emocional. La tangibilización de intangibles.





## 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

