

# TALLER DE DESARROLLO CLIENTE CÉNTRICO



# PROBLEMA QUE RESOLVERMOS

Trabajar sobre el negocio no significa contratar un montón de personas que hagan el trabajo y luego pasar todo el día respondiendo preguntas interminables sobre cómo hacer el trabajo.

Trabajar sobre el negocio significa capacitar a la gente y construir sistemas.

# HABILIDADES QUE DESARROLLARAS

Enfoque cliente céntrico, liderazgo, comunicación efectiva, trabajo en equipo, enfoque a resultados, inteligencia emocional y motivación para cumplir tus objetivos.

# CONTENIDO

## FASE I

- 1) Diagnóstico Inicial
- 2) Cliente céntrismo
- 3) Liderazgo
- 4) Enfoque a resultados y Servicio

## FASE II

- 1) Comunicación efectiva
- 2) Inteligencia Emocional
- 3) Gestión del cambio
- 4) Conciencia financiera

## ¿CÓMO SE RESUELVE?

El programa busca, en primer lugar, concientizar; posteriormente, poner en práctica y replicar en la organización las habilidades adquiridas.

## ENTREGABLES

- Material y metodología
- Memorabilia de talleres



# DIAGNÓSTICO INICIAL



- Diagnóstico de fuerzas impulsoras y restrictivas del negocio.
- Análisis de recursos y capacidades.
- Análisis de sistema de gestión.
- Análisis de Cultura organizacional.

## ENTREGABLES Y DURACIÓN

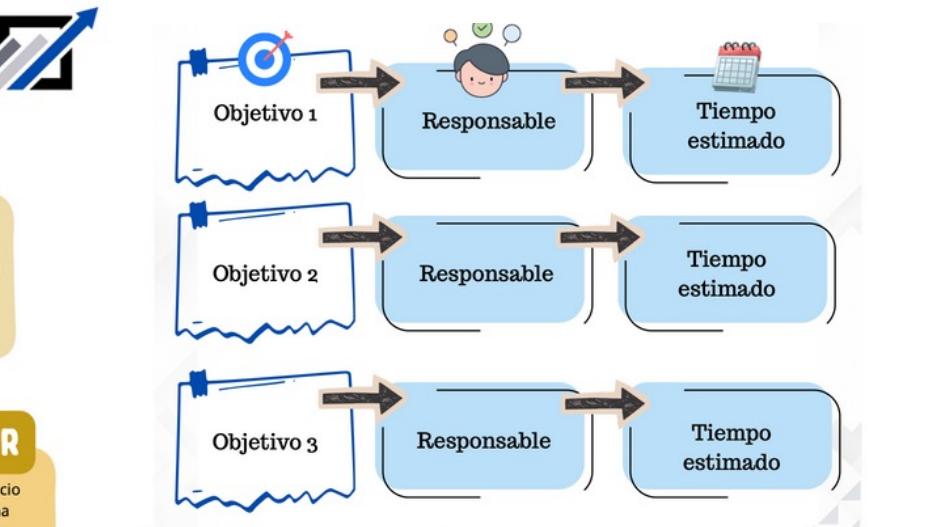
Reporte de Diagnóstico de Negocio a nivel Estrategia, Cultura y Sistema de gestión.

Duración: 2 semanas

## OBJETIVO

Identificar ¿Dónde se encuentra al día de hoy la organización? y crear un enfoque claro de mejora.

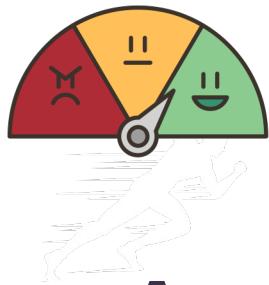
Una planeación además debe incluir:



Una vez definidos los objetivos para cada pilar (RH, PI.C y F) es momento de realizar una análisis FODA para cada uno de ellos.



AVEXA



# ENFOQUE CLIENTE CÉNTRICO



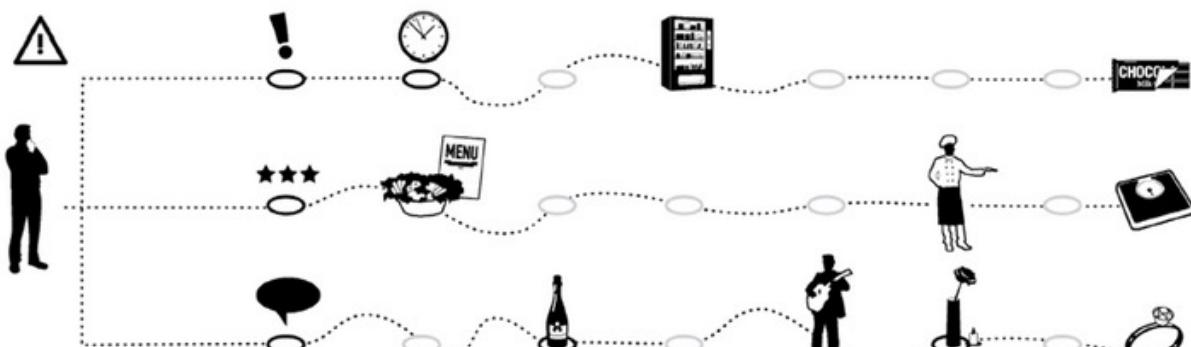
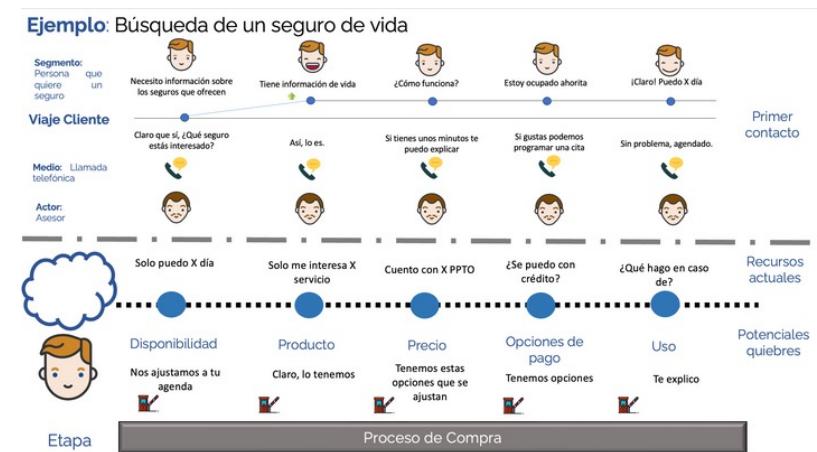
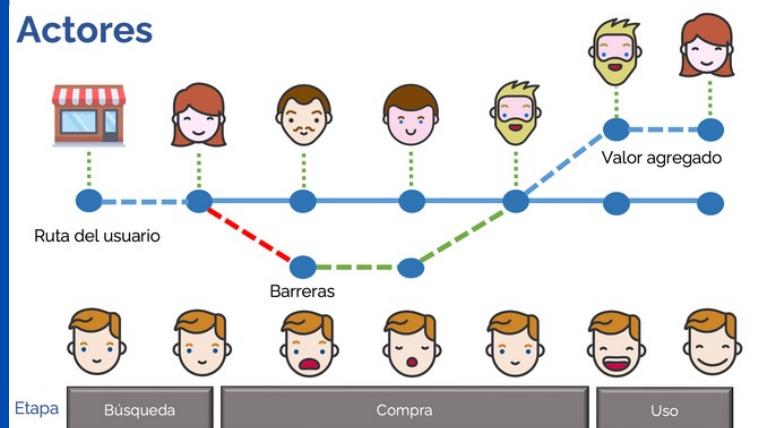
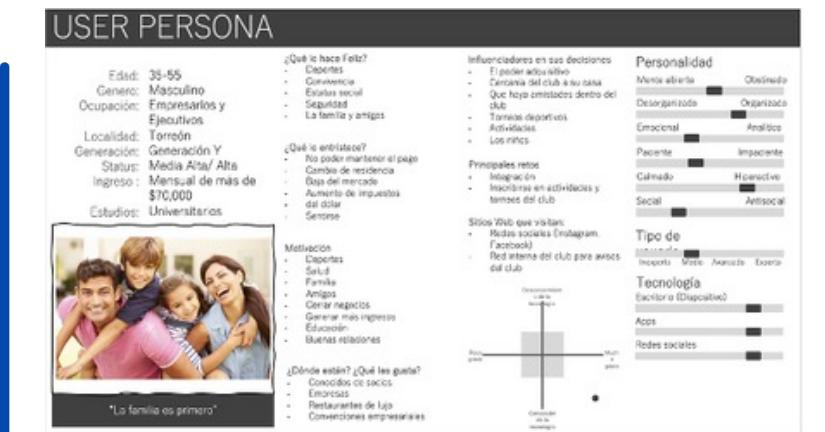
- **Arquetipos de usuario y Segmentos**
  - **Enfoque cliente céntrico**
  - **La propuesta de valor**
  - **La ruta de usuario y su experiencia**

## ENTREGABLES Y DURACIÓN

# Material de talleres y capacitaciones / Fotografías de talleres / 4hrs

# OBJETIVO

Crear una conciencia cliente céntrica, entender porque las gente nos compra y entender nuestra oferta de valor





# LIDERAZGO



- Tipos de liderazgo
- Montaña de liderazgo
- Retro alimentación y crecimiento
- Dirección, ejecución y carácter.

## ENTREGABLES Y DURACIÓN

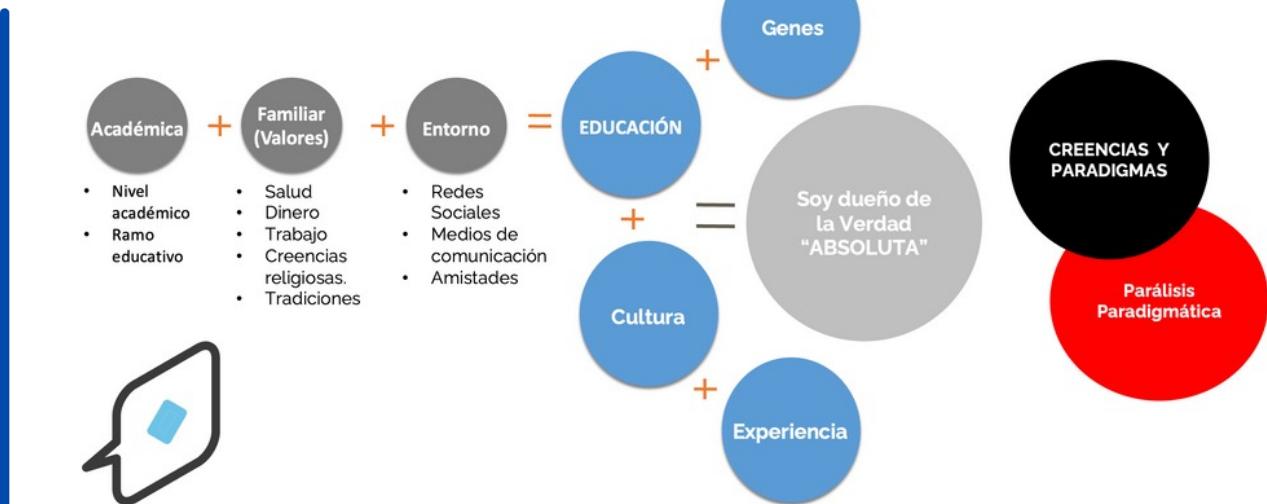
Material de talleres y capacitaciones /  
Fotografías de talleres / 4hrs

## APRENDIZAJE DEL MÓDULO

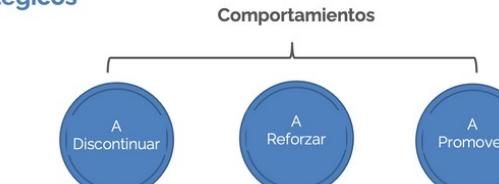
Reconocer tu impacto en los demás, como desarrollar tu liderazgo, eliminar creencias limitantes, desarrollo de influencia y ser un agente de cambio.

## Liderazgo

Lo que cada uno ve en un mismo lugar a un mismo tiempo



Comportamientos estratégicos



### CONSECUENCIAS

- BAJO RENDIMIENTO
- CONFICTOS
- FALTA DE VISIÓN
- PÉRDIDAS ECONÓMICAS
- FRACASO DE UNA GESTIÓN



## LOS 5 NIVELES COMO HERRAMIENTA



### N5. RESPETO

- La gente sigue al líder por lo que representa

### N4. REPRODUCCIÓN

- La gente sigue al líder por lo que ha hecho por ellos

### N3. RESULTADOS

- La gente sigue al líder por lo que ha hecho por la organización

### N2. RELACIONES

- La gente sigue al líder porque quiere seguirlo

### N1. DERECHOS

- La gente sigue al líder porque tiene que seguirlo

**AVEXA**



# ENFOQUE A RESULTADOS



- Sistema de Juntas
  - Sistema de Gestión
  - **Niveles de servicio (Indicadores y OKR)**
  - Sistema de recompensas y consecuencias

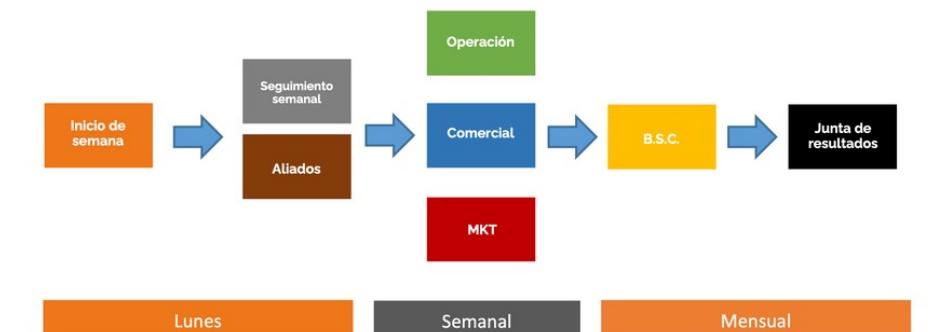
## ENTREGABLES Y DURACIÓN

# Material de talleres y capacitaciones / Fotografías de talleres / 4hrs

# APRENDIZAJE DEL MÓDULO

Orden y estructura en tu gestión de resultados aprendiendo de los mecanismos de seguimiento y medición para el desarrollo.

	Actor	EMPRESA	Fuerza Comercial	Fuerza Comercial	EMPRESA
Empresa	Sub Customer (PASO E)	Llega por recomendación (primer contacto) CROCSA	Tener el approach (Cita) FUERZA COMERCIAL	Aceramiento (Quiere conocerme) FUERZA COMERCIAL	Escucho las soluciones que me ofrecen como CROCSA Espero y reservas las necesidades de la empresa a la que trabajo
	Área de Oportunidad	No tenemos área de mercadotecnia interna Un colaborador está haciendo labores de Mercadotecnia No dominamos el tema de Mercadotecnia	Técnicas de ventas (Lo esencial) Competencias de ventas Programación neurolingüística reforzamiento Reforzar comunicación Necesitamos un script/Check list de ventas (Natural)		Necesitamos hacer un research de con quién estoy hablando (Empresa/Proyecto/Persona) ¿Qué hace? ¿Dónde está su correo? ¿De dónde son?
Plan de acción	Iniciativa	Definir perfil ideal MKT ( o alcances en caso de ser OutSourcing ) Solicitar VBo de Puesto Búsqueda de perfil Incorporar al área	Empezar a capacitarlos en los temas de ventas	Terminar de validar dicho Check List o ajustar Ejecutar y documentar los puntos de Check List Migrarlo a un CRM	Crear una encuesta de satisfacción de cliente (Experiencia Comercial) (pre proyecto) Pulir el formato de ID DE CLIENTE
	Recursos adicionales	PPTO definido Definir que OutSourcing	Apoyo Novament Capacitaciones Externas específicas	N/A	Crear la herramienta de satisfacción
	Medidas de éxito	% de desarrollo de perfil (Indicadores Internos)	# de capacitaciones # de citas # de llamadas de seguimiento		% de satisfacción de cliente
	Área	TH	TH	Proceso	Proceso
	Prioridad	1	4	2	3



## Teoría de las Restricciones

## ¿En cuál estoy fallando?



## Las dimensiones de la relación con el cliente

## ¿Cuántos de cada uno?

### 3 Profundidad

### 3 Amplitud

## Cuántos productos?

1 Duración  
¿Durante cuánto tiempo?

### ¿Durante cuánto tiempo?

## ¿Có

**Prioridad:** Ayudar a los dueños de las empresas a  **Objetivo estratégico para la organización**



**AVEXA**



# COMUNICACIÓN EFECTIVA

- Claridad y mecanismos de comunicación
- Comunicación bi-direccional
- Intención y contexto
- Problemas en la comunicación

## ENTREGABLES Y DURACIÓN

Material de talleres y capacitaciones /  
Fotografías de talleres / 4 hrs

## APRENDIZAJE DEL MÓDULO

Evitar errores comunes en la comunicación, definir mecanismos formales y lineamientos, coherencia entre discurso y decisiones.

### MODELOS DE COMUNICACIÓN

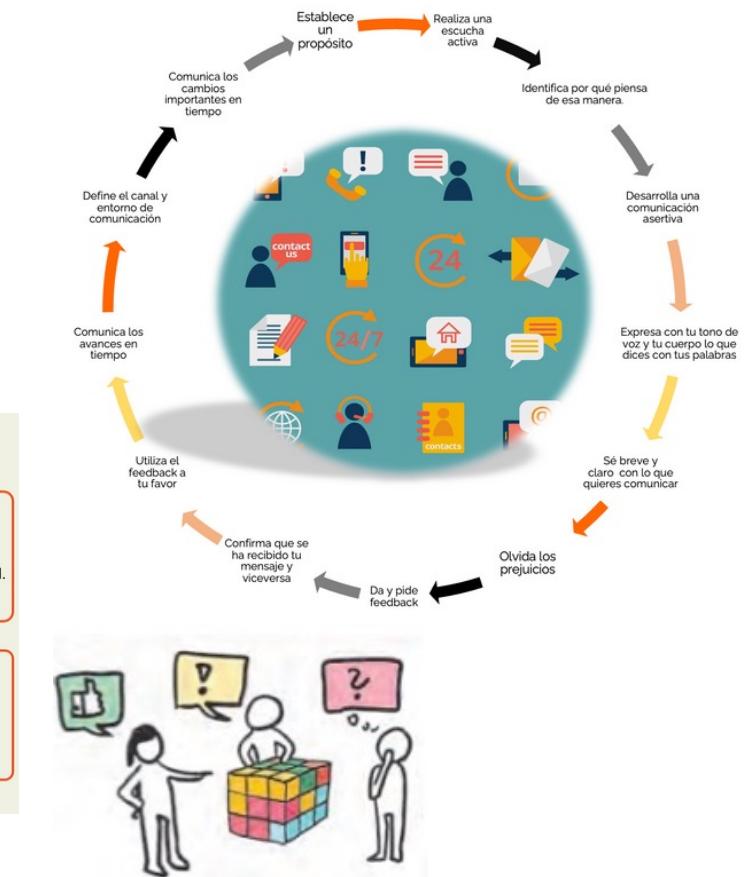
- Agresivo: Decir y hacer lo que piensas, sientes,quieres y opinas sin respetar el derecho de los otros, a ser respetados.
- Pasivo: Centrado principalmente en la anteposición de los demás por encima de la propia.
- Asertivo: Decir y hacer lo que piensas, sientes,quieres y opinas sin perjudicar el derecho de los otros a ser tratados con el mismo respeto, de manera sincera, sin amenazas, ni coacciones, pero siempre respetando tus propios derechos personales.



### Teoría de las Restricciones



Anticipación de acciones y estatus claro de los procesos / situaciones



### Negociación Integrativa

- Identificación de intereses comunes: Más allá de las posiciones aparentes, se exploran los intereses subyacentes de cada parte.
- Generación de Opciones: Se buscan alternativas que puedan satisfacer los intereses de todas las partes involucradas.
- Criterios Objetivos: Se utilizan estándares independientes para evaluar las opciones, promoviendo la equidad.
- La negociación integrativa fomenta relaciones positivas y soluciones duraderas al centrarse en la colaboración y la satisfacción mutua.

**AVEXA**



# INTELIGENCIA EMOCIONAL



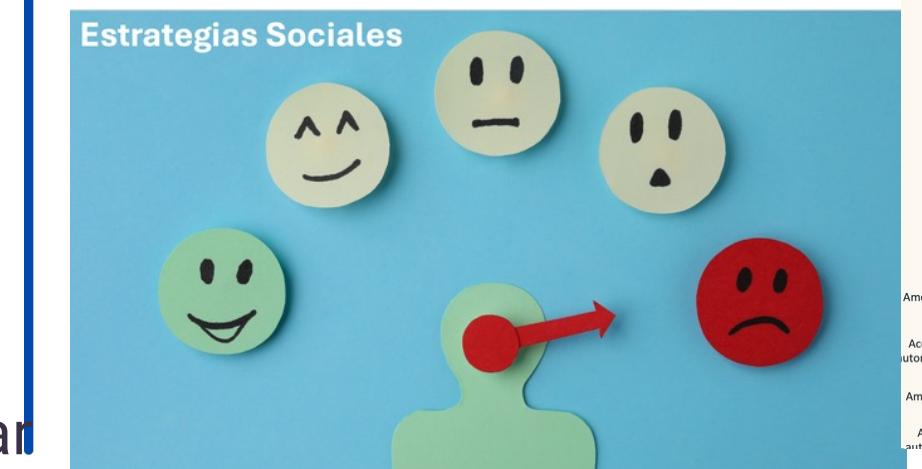
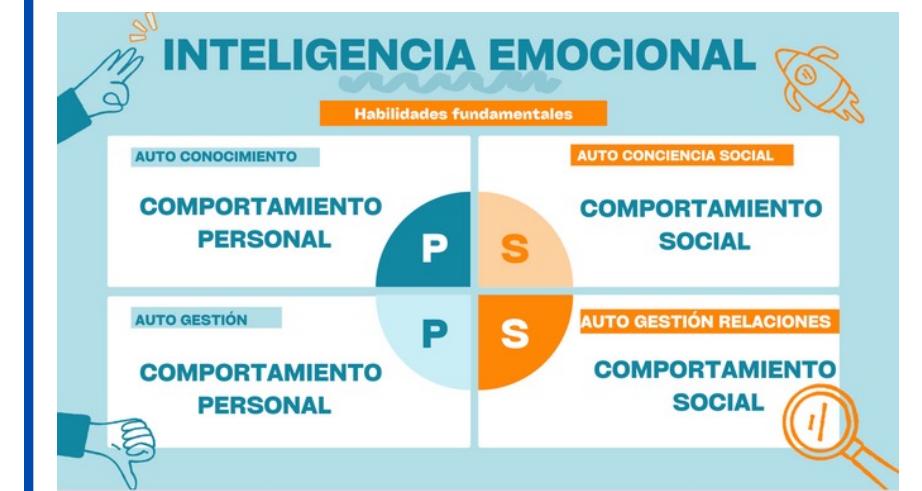
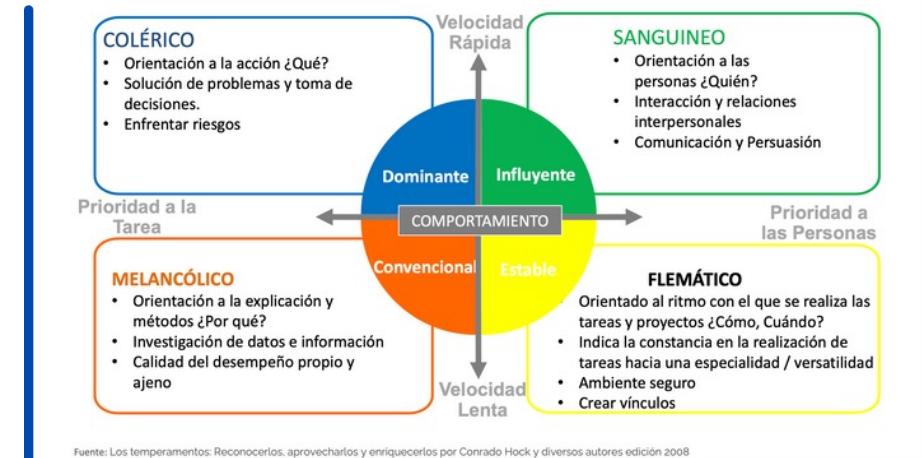
- Tipos de pensamientos
- Tipos de temperamentos y personalidad
- Heridas de la infancia
- Desarrollo de la inteligencia emocional

## ENTREGABLES

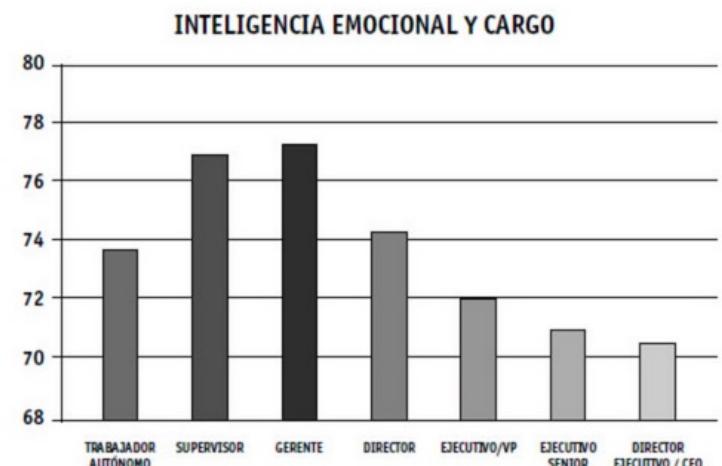
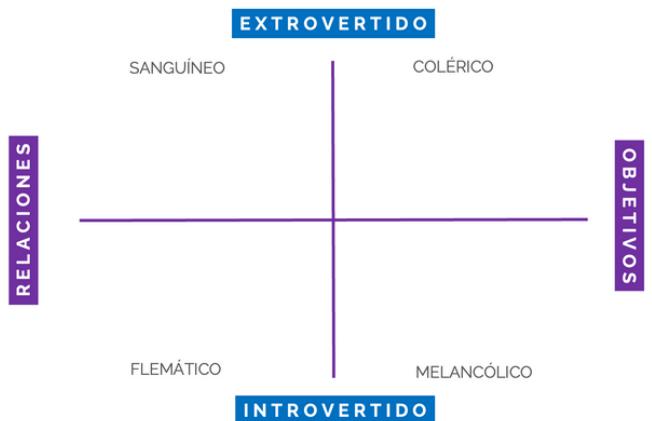
Material de talleres y capacitaciones /  
Fotografías de talleres / 4 hrs

## DURACIÓN Y ALCANCE

Entender como pensamos y porque pensamos lo que pensamos. Para contar con las herramientas que nos ayuden a tomar mejores decisiones.



¿Cuál es tu **Temperamento?**



## TIPOS DE AMENAZAS

- Amenazas: Se refiere a detonadores que pueden afectar en mayor medida a las heridas ya existentes.
- Acción Automática: Son las acciones que nuestro cerebro primitivo realiza como primer instinto para protegernos pero que a largo únicamente agudizan la herida.



inconsciencia:  
**VÍCTIMA**

conciencia:

**CRECIMIENTO PERSONAL**

**AVEXA**



# GESTIÓN DEL CAMBIO



- Mejora continua e **Innovación**
- **Change Management** (Cultura de cambio)
- **Roadmap** de enfoque y proyectos
- **Institucionalización**

## ENTREGABLES

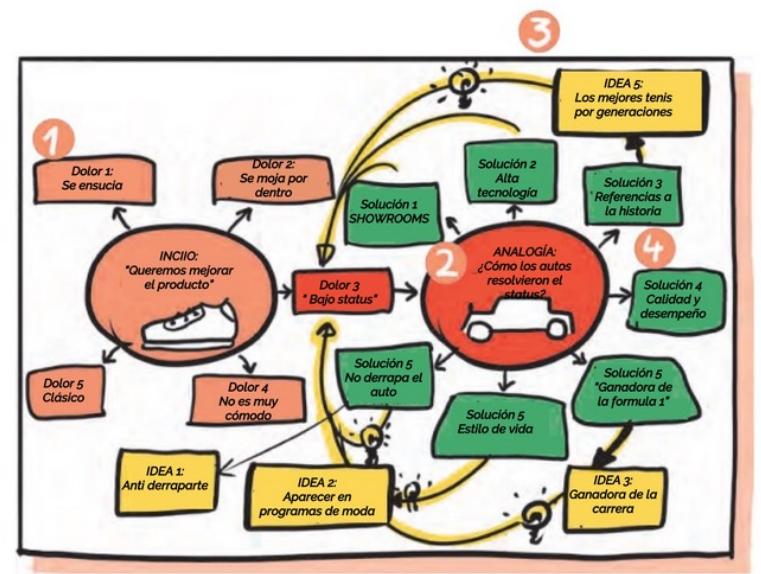
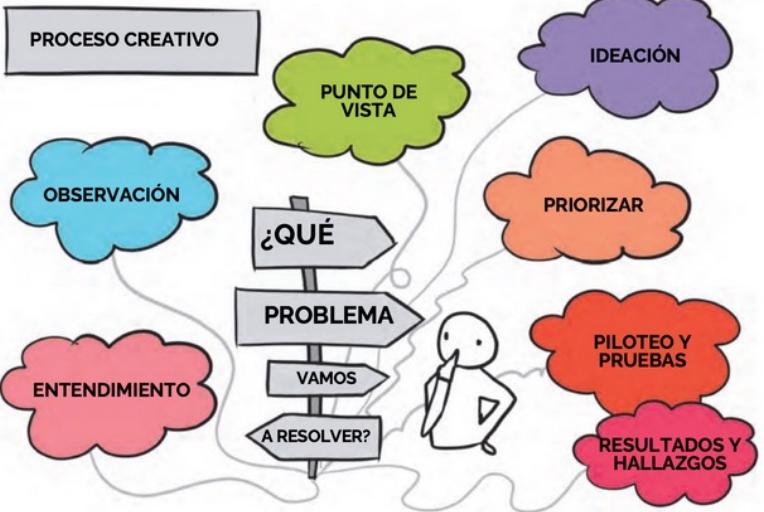
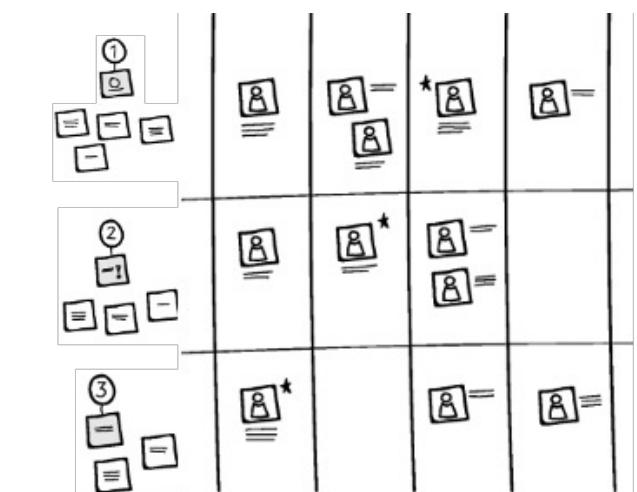
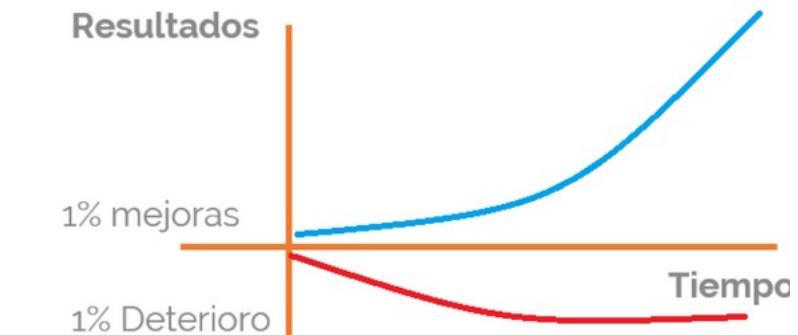
Material de talleres y capacitaciones /  
Fotografías de talleres / 4 hrs

## DURACIÓN Y ALCANCE

Entender como funciona y se da un cambio organizacional, el impacto que produce, el cambio y las conductas y comportamientos necesarios.

### Principios Fundamentales

**Agregación de ganancias marginales:** Filosofía de trabajo que consiste en alcanzar un pequeño margen de mejora en todo lo que se hace.



Las dimensiones de la relación con el cliente

¿Cuántos de cada uno?

3 Profundidad

2 Amplitud

¿Cuántos productos?



1 Duración  
¿Durante cuánto tiempo?

**AVEXA**



# CONCIENCIA FINANCIERA



- Como cuidar los recursos
- Como ahorrar, invertir y no gastar
- La suerte y el riesgo
- Estrategia de conciencia financiera personal

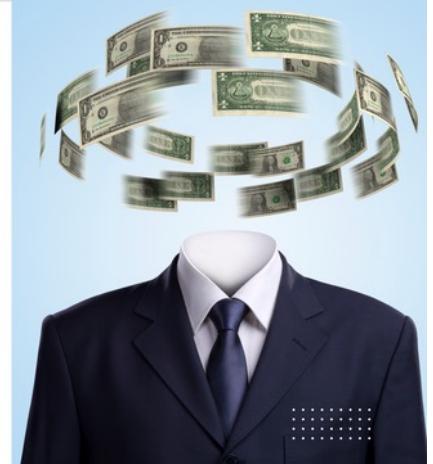
## ENTREGABLES

Material de talleres y capacitaciones /  
Fotografías de talleres / 4 hrs

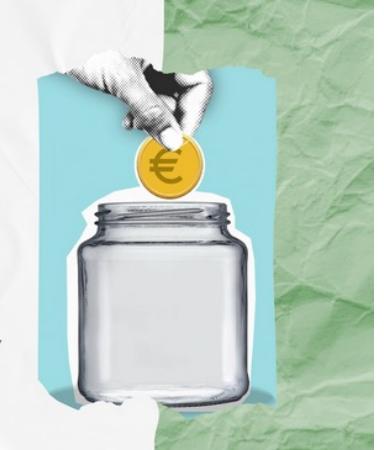
## DURACIÓN Y ALCANCE

Generar una conciencia de cuidado de los recursos en la empresa y que el colaborador pueda tener una estrategia de cuidado de sus recursos.

**LAS DEUDAS DE LA GENTE:**  
1) CODICIA  
2) INSEGURIDAD  
3) OPTIMÍSMO



LECCIÓN CLAVE  
**FINANCIERA**  
01 NO TE COMPARES CON LA SOCIEDAD  
02 ENTRE MAS TEMPRANO INICES ES MEJOR  
03 GANAR DINERO ES UNA HABILIDAD Y CONSERVAR DINERO ES OTRA DIFERENTE



**Formula:**

Resultados  
Expectativas  
Felicidad



# Creador del Programa



**Guillermo Aguilar**

## Credenciales

10 años de experiencia en **Consultoría en México.**

**Experto en implementación de estrategia comercial**

Maestría en **Innovación** para el desarrollo empresarial

Actualmente **Docente en la Escuela de negocios en el ITESM** campus Monterrey

Certificación **Scrum Máster**

Certificación **P.M.I.**

Experto en **Design Thinking**

Planeación **Estratégica, Estructura y Cultura Organizacional**

Experto en **Estrategia Comercial.**

**Docente en línea** de universidades como UVM, UMM, CNCI y UNID

Ha participado en más **de 100 proyectos de consultoría** en el diseño y ejecución de estrategias a nivel nacional.

# Contacto

Mtro. Guillermo Aguilar

Contacto: 811-57-77-351

Monterrey, Nuevo León

Avexa.mx

