

ESTRATEGIA DE SERVICIO: LA DIFERENCIACION Y VENTAJA COMPETITIVA DE LOS NEGOCIOS

EXPOSITOR

Gustavo Martínez Pellón

Candidato a Doctor en Responsabilidad Social por la universidad ANAHUAC; BA y MBA egresado del ITAM. Cursos de especialización en estrategia y marketing en Seminarium, Stanford University, Georgetown University y Kellogg School of Management. Es profesor invitado en diversas universidades y empresas de México, Centro y Sudamérica, a nivel de Maestría, Diplomados, Educación Ejecutiva y Programas para Pymes. Colabora con las empresas en las áreas de Estrategias de Negocios y Estrategias de Marketing. Se especializa en Customer Centricity: estrategia de negocios centrada en los clientes, y Customer Service: estrategia de servicio, como crear una cultura de servicio en las empresas.

INTRODUCCIÓN

El servicio superior no se improvisa

En una crisis económica, la única apuesta segura es cuidar a los clientes. Sin embargo, la mayor parte de los sistemas, políticas y procesos de las empresas están diseñados a conveniencia de la empresa, no de los clientes. Con el método adecuado, la calidad de las experiencias que se ofrecen a los clientes puede aumentar exponencialmente. En este curso se adquiere una metodología sistemática para mejorar inmediatamente el servicio en la organización, con herramientas específicas para trabajar con los líderes (gerentes y mandos medios) y con toda la fuerza de trabajo. El servicio excepcional es un sistema y una estrategia de negocios que puede aprenderse, cultivarse y enseñarse disciplinadamente a toda la organización. Es una cultura que se construye cada día y que necesita método, constancia y enfoque.

OBJETIVO

Los participantes aprenderán a desarrollar una estrategia de servicio que reporte una ventaja competitiva para su empresa.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a los encargados de diseñar las estrategias de servicio para los clientes, encargados de mercadotecnia y de las operaciones del negocio, y quienes quieran dominar las habilidades cruciales para mejorar la calidad del servicio a los clientes en su organización.

TEMARIO

1. Introducción al modelo de servicio

- Concepto de servicio a los clientes
- Estrategia de negocios por medio del servicio a los clientes
- Conceptos de estrategia de servicio y de cultura de servicio
- Principios para desarrollar un modelo de servicio basado en la combinación de estructuras (procesos, políticas y sistemas diseñados a conveniencia de los clientes) y personas capacitadas que ejecuten el modelo

2. Estrategia de servicio

- Diferencia entre producto y servicio
- El servicio superior como arma de mercadotecnia y poderosa diferenciación en el mercado
- Ideas clave en la estrategia de servicio
- Marco estratégico para construir una cultura de servicio

3. Casos de éxito en la estrategia de servicio

- *Metro Bank*
- Análisis de brechas

4. Cultura de servicio

- Fans o clientes
- Cómo se gana un fan
- Qué es la cultura de servicio
- Pilares para alcanzar la cultura de servicio
- Efecto *wow!*

DURACIÓN

12 horas