PRESENCIAL 5 HORAS

TALLER



MÁS ALLÁ DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Estrategias para crear relaciones memorables y generar fidelidad.

CONCEPTO

La experiencia que se ofrece al cliente es lo único que hace destacar a la marca, producto o servicio. Ajustar la estrategia para poner al usuario en el centro ya no es una simple mejora, sino una cuestión de supervivencia en el mercado.

OBJETIVOS

1. COMPRENDER
Entender al cliente y cómo funciona su mente.
2. INTERPRETAR
Identificar sus expectativas, emociones y recuerdos.
3. DISEÑAR
Construir experiencias sin fricciones y con valor emocional.
4. ACTUAR
Convertir el servicio en una experiencia memorable.

CONTENIDO

Para que el participante avance siguiendo una secuencia natural: primero comprender al cliente, después entender cómo vive y recuerda sus experiencias y, finalmente, aprender a diseñar y gestionar una experiencia superior.

- INTRODUCCIÓN
- ROMPER PARADIGMAS
- CONCEPTO DE CALIDAD
- EL CÍRCULO DE ORO
  - EL QUÉ
  - EL CÓMO
  - EL POR QUÉ
- CÓMO FUNCIONA LA MENTE
- EL CEREBRO DEL CLIENTE
  - SENSORIAL
  - METAFÓRICO
  - SIMBÓLICO
  - EMOCIONAL
  - POSITIVO
  - NO LO DE SIEMPRE
  - EL MISTERIO
  - CREA SU VERDAD
- ESTÍMULOS BÁSICOS DEL CLIENTE
  - EGOCÉCTRICO
  - CONTRASTE
  - TANGIBLE
  - PRINCIPIO Y FIN
- ANATOMÍA DE LA EXPERIENCIA
  - PLANA
  - ESTANDAR
- .EL VIAJE DEL CLIENTE
- NIVELES DE EXPECTATIVA
  - ESPERADO
  - DESEADO
  - INESPERADO
- DE REACTIVIDAD A PROACTIVIDAD
- PROCESO L.E.A.R.N
  - ESCUCHAR
  - EMPATIZAR
  - DISCULPAR
  - RESPONDER
  - NOTIFICAR
- CIERRE

ejercicios prácticos.

LA INSCRIPCIÓN INCLUYE

Materiales

Certificado de asistencia



Libro
"EL CEREBRO DEL CLIENTE"
de Jesús Beorlegui.

*En formato digital al finalizar el taller.