

CUSTOMER SERVICE INTENSIVE

ONE DAY - ONE EXPERIENCE

LA TRANSFORMACIÓN GLOBAL DE UNA ORGANIZACIÓN QUE AMA A SUS CLIENTES, COLABORADORES Y ALIADOS.

GUATEMALA

📅 5 DE DICIEMBRE

📍 Radisson Hotel Guatemala

EMPOWERMENT, LOYALTY AND SPEED

POR JOHN TSCHOHL
PRESIDENTE, SERVICE QUALITY INSTITUTE

AGENDA



7:00 – 7:30 AM
REGISTRO DE ASISTENTES

7:30 – 9:00 AM
BLOQUE I

CREANDO UNA EXPERIENCIA "WOW" DEL SERVICIO AL CLIENTE

- NUESTRO SERVICIO: EL NO 1 DE LA CLASE
- ALCANZAR UNA CALIFICACIÓN MÍNIMA 8 DE 10

CINCO PASOS CRÍTICOS PARA ALCANZAR UNA EXPERIENCIA DE SERVICIO WOW

- NECESIDAD DE UNA ESTRATEGIA DE SERVICIO
- CAMBIAR LOS PARADIGMAS -- AHORA ESTÁN EN EL NEGOCIO DEL SERVICIO
- REGLAS Y POLÍTICAS QUE DEBEN SER CAMBIADAS
- CONTRATANDO Y DESPIDIENDO EMPLEADOS QUE NO RINDEN DE ARRIBA HACIA ABAJO. EMPIECE A CONTRATAR SOLO LA "CREMA"
- CAPACITE A TODO SU PERSONAL EN ACTITUDES, PRINCIPIOS Y HABILIDADES DE SERVICIO AL CLIENTE.

REGLAS, POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS A CAMBIAR O ELIMINAR PARA QUE SEAN MÁS AMIGABLES PARA EL CLIENTE

- IMPACTO EN AHORRO POR LA ELIMINACIÓN DE REGLAS ABSURDAS
- AUMENTO EN EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA
- LISTA DE 10 REGLAS/POLÍTICAS A CAMBIAR BASADOS EN AHORRO Y EXPERIENCIAS POSITIVAS DE LOS CLIENTES



/ForosSantander

REGISTRO

✉ info@forosyeventos.com

🌐 www.forosyeventos.com



CUSTOMER SERVICE INTENSIVE

ONE DAY - ONE EXPERIENCE



EMPOWERMENT, LOYALTY AND SPEED

POR JOHN TSCHOHL

PRESIDENTE, SERVICE QUALITY INSTITUTE



9:00 - 9:30 AM
CAFÉ E INTERACCIÓN

9:30 - 11:00 AM
BLOQUE II

RAPIDEZ: CREAR UNA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EXAMINANDO EL PROPÓSITO DE LA RAPIDEZ, LAS BARRERAS QUE LA INHIBEN Y LAS FORMAS DE INCREMENTARLA. SERVICIO AL CLIENTE: EL ARMA ESTRATÉGICA

- SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN
- 9 PASOS CRÍTICOS NECESARIOS PARA ESTABLECER UNA ESTRATEGIA DE SERVICIO DE CALIDAD
- CONSTRUYENDO LA PARTICIPACIÓN Y DOMINIO DEL MERCADO

RAPIDEZ: HACERLO RÁPIDO, HACERLO AHORA & HACERLO BIEN

- CREAR EL MARCO MENTAL DE RAPIDEZ
- ELIMINAR LAS BARRERAS A LA RAPIDEZ
- MANTENER SUS PROMESAS Y CUMPLIRLAS

11:00 - 12:30 MD
BLOQUE III

FACULTAMIENTO: UN ESTILO DE VIDA EL FACULTAMIENTO ES DINERO DE MARKETING

- LA MITAD DE SU DINERO DE MARKETING SE DESPERDICIA
- OBJETIVO DEL DINERO DE MARKETING
- CREANDO CLIENTES MÁS QUE CONTENTOS
- PUBLICIDAD DE BOCA EN BOCA

AGENDA



/ForosSantander

REGISTRO

✉ info@forosyeventos.com

🌐 www.forosyeventos.com



CUSTOMER SERVICE INTENSIVE

ONE DAY - ONE EXPERIENCE

EMPOWERMENT, LOYALTY AND SPEED

POR JOHN TSCHOHL

PRESIDENTE, SERVICE QUALITY INSTITUTE



CONTRATE Y ASCIENDA A LOS MEJORES

- SEA SELECTIVO - CONTRATE 1 DE CADA 50
- SOLO CONTRATE EMPLEADOS QUE ADOREN A LOS CLIENTES
- POR QUÉ DEBE DESPEDIR A LOS EMPLEADOS DE BAJO DESEMPEÑO

POR QUÉ EL FACULTAMIENTO ES DIFÍCIL DE LOGRAR

- ¿ES EN REALIDAD UN MITO?
- MIEDOS Y BARRERAS
- CREANDO UNA CULTURA FACULTADA



12:30 - 1:30 PM
ALMUERZO E INTERACCIÓN

1:30 - 3:30 PM
BLOQUE IV

ESTRATEGIAS PARA EL SERVICIO AL CLIENTE

- UNA ESTRATEGIA QUE NO PUEDE NI PODRÁ SER IMITADA
- CONSTRUYENDO LA MARCA BASADA EN EL SERVICIO
- EDIFICANDO LA PARTICIPACIÓN Y DOMINIO DEL MERCADO

SEIS PASOS PARA ELIMINAR A LA COMPETENCIA

- ENTENDIENDO LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO
- ELIMINAR POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS MUDOS
- CONTRATAR A LOS MEJORES / APRENDER A QUERERLOS
- FACULTACIÓN
- ENTRENAR A TODOS LOS EMPLEADOS
- MEDIR RESULTADOS

MIDIENDO RESULTADOS

- ¿POR QUÉ LOS NÚMEROS REALES SON MÁS IMPORTANTES QUE LAS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN?
- CONSEGUIR Y MANTENER LOS OÍDOS DEL CEO Y DE LA GERENCIA
- ENCUESTAS - LA ÚLTIMA PREGUNTA
- CERO DESERCIONES PUEDE DUPLICAR SU CRECIMIENTO & INCREMENTAR SUS INGRESOS DEL 25-100%

AGENDA



/ForosSantander

REGISTRO

✉ info@forosyeventos.com

🌐 www.forosyeventos.com



CUSTOMER SERVICE INTENSIVE

ONE DAY - ONE EXPERIENCE



EMPOWERMENT, LOYALTY AND SPEED

POR JOHN TSCHOHL

PRESIDENTE, SERVICE QUALITY INSTITUTE

AGENDA

ALCANZANDO LA EXCELENCIA MEDIANTE EL SERVICIO AL CLIENTE E-SERVICIO

- COMER O SER COMIDO
- RAPIDEZ, PRECIO Y SERVICIO
- E-COMERCIO: CÓMO CRECER Y SOBREVIVIR.
- MODELOS A SEGUIR: AMAZON, LL BEAN, GO DADDY

REDUCIENDO COSTOS

- LA ESTRATEGIA SECRETA DE LOS LÍDERES DEL SERVICIO
- ELIMINAR COSTOS Y DESPERDICIOS
- POR QUÉ EL PRECIO ES CRÍTICO PARA CONSTRUIR VALOR

LA ECONOMÍA SOCIAL

- UNA RESPUESTA DEFICIENTE PUEDE ANIQUILARLO
- FACEBOOK, TWITTER, GOOGLE, TRIP ADVISOR
- HABILIDADES DE CONTROL DE DAÑOS



3:30 - 4:00 PM
CAFÉ E INTERACCIÓN

4:00 - 5:30 PM
BLOQUE V

SERVICIO AL CLIENTE EN UNA ECONOMÍA MUNDIAL EL RIESGO DE LAS RESPUESTAS TARDÍAS O AUSENTES

- DAÑO A LA MARCA
- DESERCIÓN DE LOS CLIENTES
- PUBLICIDAD BOCA A BOCA NEGATIVA CON MILES DE MILLONES

RECUPERACIÓN DEL SERVICIO

- EL ARTE DE RETENER A CLIENTES INSATISFECHOS
- CUATRO TÉCNICAS ¡QUE FUNCIONAN!
- ¡MUEVA CIELO Y TIERRA!
- APRENDA CÓMO LLEVAR A UN CLIENTE DEL INFIERNO AL CIELO EN 60 SEGUNDOS O MENOS



/ForosSantander

REGISTRO

✉ info@forosyeventos.com

🌐 www.forosyeventos.com



CUSTOMER SERVICE INTENSIVE

ONE DAY - ONE EXPERIENCE



EMPOWERMENT, LOYALTY AND SPEED

POR JOHN TSCHOHL

PRESIDENTE, SERVICE QUALITY INSTITUTE

AGENDA

CREANDO UNA CULTURA DE SERVICIO SUPERIOR

- CREANDO LÍDERES QUE CONSTRUYAN UNA COMPAÑÍA ALREDEDOR DEL SERVICIO SUPERIOR
- CREANDO UNA EXPERIENCIA DEL CLIENTE QUE HACE QUE EL CONSUMIDOR REFIERE A OTROS LA MARCA

LEAL DE POR VIDA LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO

- LÍDERES EN SERVICIO DE CLASE MUNDIAL
- CONSTRUYENDO DOMINIO DEL MERCADO
- NUEVE PASOS CRÍTICOS PARA EL SERVICIO SUPERIOR

QUÉ ES RECUPERACIÓN DEL SERVICIO

- SUPERANDO LOS PROBLEMAS Y ERRORES
- LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO
- SEPARANDO LOS PROS DE LOS AMATEURS

LIDERES DEL SERVICIO

- ENFOCADO EN MANTENER A LOS CLIENTES
- VALOR DE LOS CLIENTES Y EMPLEADOS
- PRINCIPIOS, VALORES Y ESTRATEGIAS

CREANDO PROCEDIMIENTOS ESENCIALES DE LA RECUPERACIÓN DEL SERVICIO

- COMPENSACIÓN A CLIENTES QUE FUNCIONA
- FORMALIZAR LOS MODELOS QUE FUNCIONAN EN SU ORGANIZACIÓN



5:30 PM
CIERRE DEL CONGRESO



/ForosSantander

REGISTRO

✉ info@forosyeventos.com

🌐 www.forosyeventos.com

