

Total Customer Focus™ Public Program

Aprovechar al máximo sus equipos en contacto con el cliente



Aprovechar al máximo sus equipos en contacto con el cliente

Oportunidades y Retos

Nuevas Oportunidades de Negocio

“Hable con el cliente sobre cómo puede mejorar haciendo una actualización, agregando nuevos equipos, etc.”

Focalícese en la Experiencia del Cliente

“Asegúrese de que cada interacción con el cliente sea lo más rica posible.”

“En lugar de saltar de una llamada a la siguiente, piense en la impresión que deja en el cliente.”

Sea Proactivo

“Piense en lo que el cliente necesita, no solo en ejecutar la orden de trabajo...”



Una oportunidad única para las empresas tecnológicas



En estos tiempos altamente competitivos, las empresas tecnológicas tienen una oportunidad única de crear una ventaja competitiva a través de sus personas en contacto con el cliente y, en particular, de sus capacidades de servicio técnico. A menudo, sin embargo, estas empresas y sus clientes definen el servicio técnico de manera estrecha, es decir, consideran que el servicio es sólo el mantenimiento y de sus productos.

Sin embargo, existe una oportunidad mucho mayor para establecer relaciones de socio comercial de confianza con los clientes mediante la creación de una organización y una cultura centradas en el cliente.

Total Customer Focus™ de Global Partner permite a las empresas establecer estas relaciones.

Total Customer Focus™ Program

Adecuado para directivos y personal comercial y de servicios, que trabajen en organizaciones con contacto directo con clientes en áreas como Soporte Técnico, Hot-line, Servicios al Cliente, Ventas y Gestión de Cuentas, y que deseen adquirir nuevas capacidades y formas de hacer que les permitan mejorar sus relaciones con los clientes, así como liderar avances en sus organizaciones.

Como resultado de participar en éste programa, usted será capaz de:

- Comprender y evaluar la 'Big Picture' de su cliente e identificar los resultados de negocio que son esenciales para el éxito de sus clientes y que pueden influir en el mismo;
- Ser proactivo, anticiparse y abordar los desafíos del cliente, creando así una relación como socio comercial de confianza;
- Llegar a los problemas no puramente técnicos que pueden estar ocultos 'por debajo de la línea de flotación' y que a menudo son la verdadera causa raíz de los problemas con los clientes;
- Logre resultados que satisfagan las solicitudes de los clientes mientras protege los intereses de su propia empresa

Adicionalmente, los participantes podrán

- Mejorar las habilidades de comunicación que se pueden aplicar internamente, así como con los clientes
- Desarrollar su capacidad para proporcionar Coaching entre pares a colegas y miembros del equipo

Los profesionales de servicios tecnológicos tienen una relación especial con los clientes

El personal de campo de servicios técnicos realiza un promedio de 70 visitas al cliente al mes*

Tres razones por las que los técnicos de campo están en una excelente posición para crear una experiencia de cliente diferenciada, agregar valor de forma proactiva para el cliente y aumentar los ingresos de los proveedores.

- 1. Relación:** El técnico de servicio de campo ya está posicionado como un asesor de confianza, el codiciado estatus buscado por todos los vendedores del planeta.
- 2. Contexto:** El técnico de servicio de campo está en condiciones de ver las implementaciones buenas y malas y puede ampliar las ofertas relacionadas con los productos que se instalan o reparan.
- 3. Personalización:** Múltiples visitas a un cliente permiten ofertas específicas basadas en el conocimiento íntimo del entorno real.



*Fuente: Technology Services Industry Association

¿Cómo aprovechar al máximo los equipos en contacto directo con Clientes?

Pueden convertirse en Enfocados en el Cliente mediante la transformación en la forma en que interactúan con el mismo

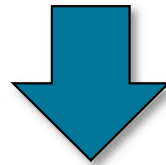
Reactivo



Proactivo



Problemas técnicos



Problemas reales



Sí a todo



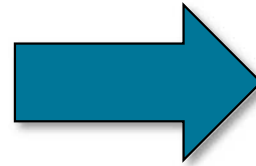
Resultados equilibrados



¿Qué hacen los Socios Centrados en el Cliente?

Pasan de "Reactivo" a "Proactivo"

De Reactivo



A Proactivo



Espera las instrucciones del cliente

Modo de trabajo de seguidor

Presión de tiempo constante

Extinción de incendios



Toma la iniciativa en la relación

Previene problemas futuros

Impresiona al cliente

Aumenta la confianza

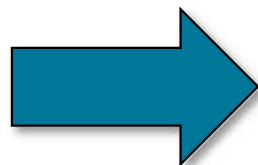


Los socios centrados en el cliente pasan de Reactivo a Proactivo

¿Qué hacen los Socios Centrados en el Cliente?

Pasan de "Problemas superficiales" a "Problemas reales subyacentes"

Problemas superficiales



Problemas reales subyacentes

?

Trabajar sólo en la cuestión técnica
Por encima solo del enfoque de la
línea de flotación
Saltar a la resolución de problemas
Los problemas volverán a surgir

Tratar con la persona
Enfoque por debajo de la línea de flotación
Crea empatía primero
Abordar el problema real
Fortalecer la relación

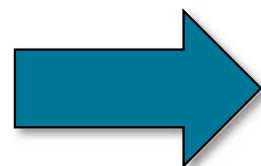


Los socios centrados en el cliente pasan de problemas superficiales a problemas subyacentes

¿Qué hacen los Socios Centrados en el Cliente?

Pasan de "Todo para el cliente" a "Resultados equilibrados"

Todo para el cliente



Resultados equilibrados



Aceptar tareas irrazonables
y/o imposibles
Recursos tensionados
Insatisfacción del cliente



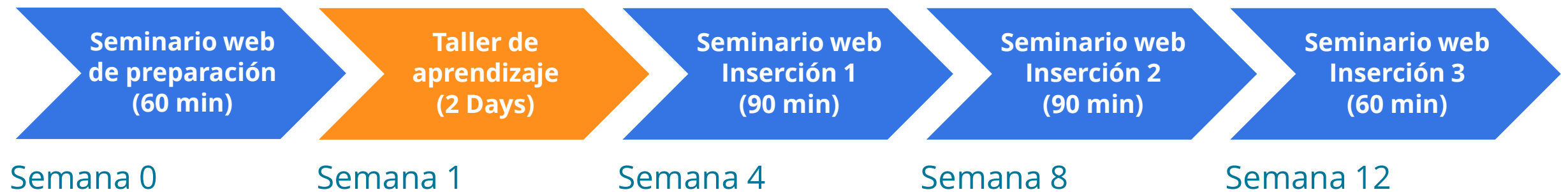
Acordar con el cliente en lo que
es sostenible
Relación duradera y gratificante
para ambas empresas



Los socios centrados en el cliente pasan de todo para el cliente a los resultados equilibrados

Insertar nuevas habilidades y comportamientos

Flujo del Programa Público



El enfoque combinado con talleres on line, de aplicación de campo y de capacitación en vivo garantiza que las nuevas habilidades y comportamientos están funcionando a largo plazo

Agenda del Taller de Aprendizaje de 2 Días

Módulo y Tema DIA 1	Módulo y Tema DIA 2
<p>Introducción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar las organizaciones de servicios • 3 Cambios estratégicos para las organizaciones de servicios • ¿Satisfacción del cliente frente al enfoque total del cliente? • TCF™ Casos prácticos – Debates de grupo 	<p>Cambio 3: Lograr resultados equilibrados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matriz Razonable / Posible – Crear condiciones para lograr resultados equilibrados • Técnica SHAPE – Obtención de acuerdos de forma colaborativa • Juegos de rol Razonable / Posible • TAUC técnica para hacer frente a situaciones urgentes de los clientes
<p>Cambio 1: Sea proactivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender y abordar el panorama general del cliente • Proactivamente Descubra oportunidades para agregar valor para el cliente • Aplique la herramienta KANO para impresionar y deleitar a los clientes 	<p>Insertar el enfoque total del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centrado en el Propósito, para maximizar tu Energía y Enfoque • Cree su Visión TCF™ • Defina su Plan de Acción de Inserción • Medición de resultados • Entrenamiento entre pares, directrices y aplicación • Plan de Acción Final y Coaching entre Pares • Comunidad de Colaboración entre pares <p>Cierre del Taller</p>
<p>Shift 2: Llegar a las necesidades reales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Modelo Iceberg – Alcanzar por debajo de la línea de flotación • Escucha activa con el Modelo ASQ • Juego de roles de escucha activa/estudios de casos <p>Cerrar el día 1</p>	

Materiales del Programa

Guías de Planificación de Acciones y Coaching entre Pares

Libro de trabajo del participante

Casos prácticos que enraízan los conceptos en la realidad

Tarjetas de recordatorio para apoyar la aplicación en la vida laboral

Medición de los resultados del Programa

¿Está desperdiciando su dinero?

ADOPCIÓN

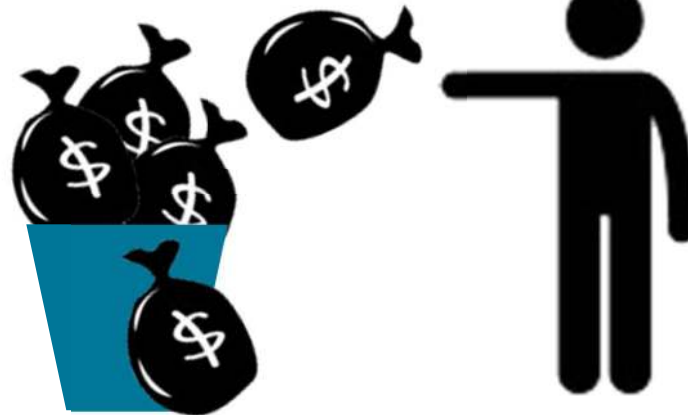
¿Cómo sabe que está ocurriendo el cambio?

CAUSALIDAD

¿Cómo sabe que el cambio se debe al programa de entrenamiento?

RETORNO

¿Qué rendimientos empresariales obtiene de su programa de capacitación?



Medición de resultados

Para sus participantes, su empresa y sus clientes

Un **avanzado proceso de medición del entrenamiento** se despliega a través de una herramienta en línea para evaluar:

ADOPCIÓN: medir la adopción *resultados* antes y después de una adopción

CAUSALIDAD: recoger historias de éxito que explican *cómo* las habilidades se aplicaron

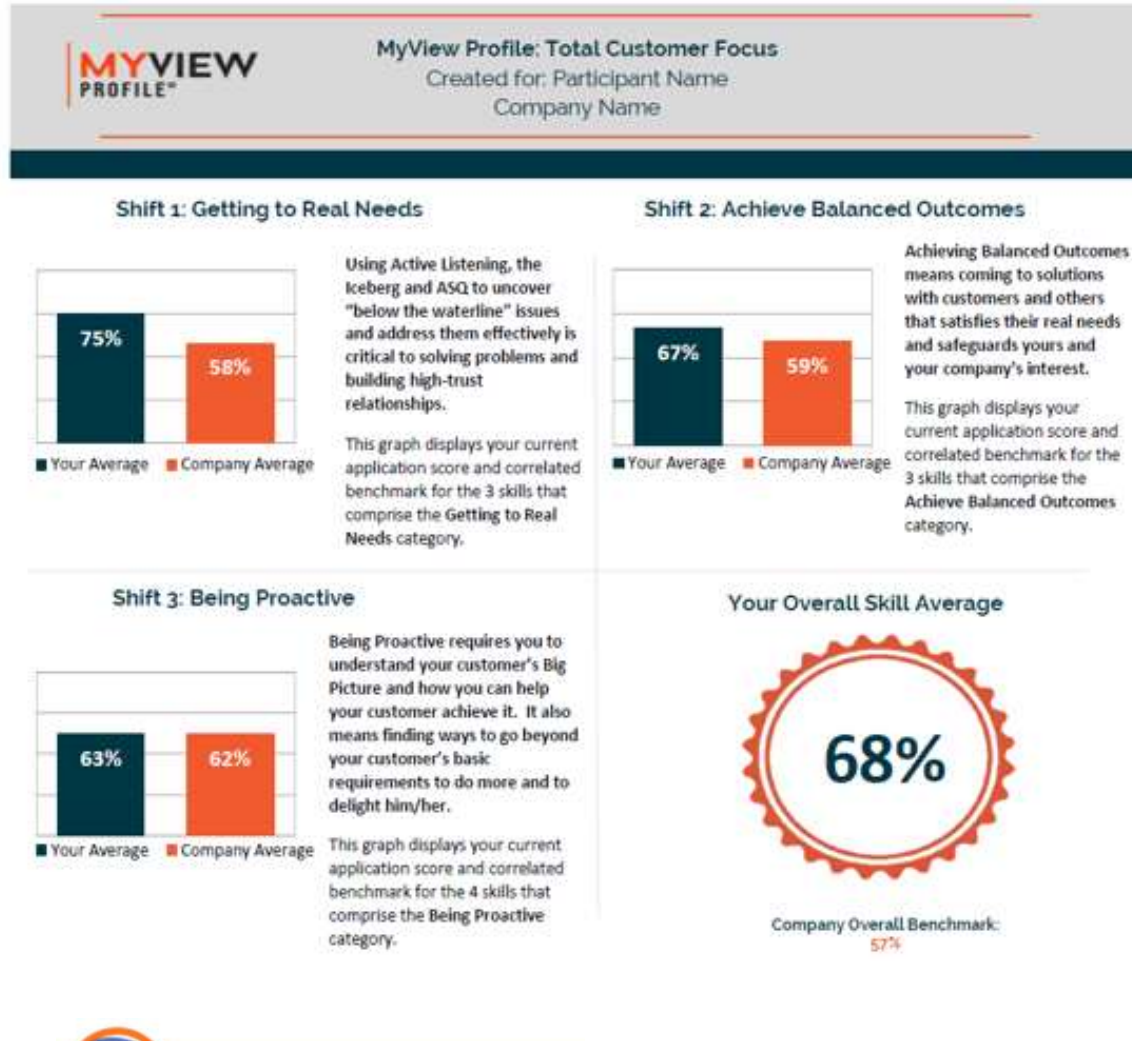
RETORNO: Mide el impacto *financiero* en productividad, ahorros y entrega de valor

La medición se integra en el flujo del programa y los resultados se utilizan durante las sesiones de coaching de seguimiento, y se resumen en tres informes diferentes (informes reales proporcionados dependen del número de participantes)



El Informe Individual

MYVIEW Profile



Para quien: Participantes.

Ventajas: Desarrollo personal, mejora de la productividad personal.

Qué es: Informe personal que destaca las oportunidades de mejora. Resume la evaluación inicial del desempeño del TCF™ y compara el nivel individual de adopción con los promedios de la empresa. También es un documento de trabajo que contiene el Plan de Acción participante y ofrece apoyo para el coaching personalizado.

Cuándo se entrega: Después del taller de Aprendizaje y el final del programa.

Ejemplos de Clientes de nuestros Programas Públicos



Endress+Hauser
People for Process Automation



Fechas y ubicaciones de los Programas Públicos

Tarifa del programa \$1,800 dólares USA, que incluyen:

- 1, seminario web de coaching de preparación antes de la sesión
- 1, Taller presencial de 2 días (almuerzo y cafés de descansos todos los días)
- 3, seminarios web de coaching de seguimiento después del taller
- Todos los materiales del taller

Se programan talleres públicos en los EE. UU., Europa y Asia.

Ver la lista de talleres programados actualmente:

<http://www.gptts.com/insights/events>

¿Quiere programar un taller en las oficinas de su organización o en su ciudad? Contáctenos:

<http://www.gptts.com/about/contact>