# Liderazgo Customer Centric

Lidera la transformación de tu organización y conecta con tus clientes

## FINALIDAD

Liderazgo Customer Centric es una nueva disciplina que está **transformando la cultura de las empresas y revolucionando los modelos de negocio**, situando al cliente en el epicentro de su actividad.

Las empresas que construyen una conexión emocional con sus clientes tienen **un 26% más de beneficio y un 85% de incremento en ventas**respecto de sus competidores (Forrester), de ahí que la implementación de un modelo de gestión Customer Centricse esté convirtiendo en un reto prioritario para los equipos de dirección.

No obstante, inmersos en un entorno empresarial muy competitivo, corto-placista y exigente, los **directivos de las empresas no disponen en su mayoría, de referentes, datos o conocimiento adecuado** sobre cómo se puede implementar en sus empresas un Liderazgo Customer Centric.

La finalidad de este programa es ofrecer a los directivos un espacio de inspiración, conocimiento y networking que descubra las **claves del éxito y el alto valor que las habilidades de un Liderazgo Customer Centric** pueden tener para la competitividad de sus organizaciones.

## OBJETIVOS

**OBJETIVOS DEL CURSO**

- Entender el **impacto de una organización centrada en sus clientes** y la oportunidad para ser una compañía líder
- Identificar los **elementos de éxito**que configuran una estrategia Liderazgo Customer Centricrealmente diferencial
- **Validar el retorno**en la implantación de una estrategia Liderazgo Customer Centric.
- Conocer y evaluar sus **propias competencias**de Liderazgo Customer Centric.
- Conocer las herramientas de Liderazgo Customer Centricy personas referentes.

El programa de Liderazgo Customer Centric se imparte para **grupos reducidos** de forma presencial en las **instalaciones de la AEC** o en modalidad **in-company**, a medida para **equipos directivos y comités de dirección**de una organización.

**DIRIGIDO A**

El programa de Liderazgo Customer Centricestá dirigido a **directivos/as**de cualquier tipo de organización que quieren conocer las **claves, impacto, valor y su rol de poner al cliente en el centro de la empresa (Customer Centricity).**

- CEOs, Directores Generales yComités de Dirección
- Directores/as de unidades de negocio
- Directores/as de áreas y departamentos
- Directores/as y responsables de unidades de Experiencia de Cliente.
- Consejeros, asesores y «staffs» directivos
- Dirección, gerencia y empresarios/as propietarios/as de Pymes

## METODOLOGÍA Y PROFESORADO

**METODOLOGÍA**

El programa Liderazgo Customer Centricde AEC se desarrolla con la siguiente metodología:

- **Conceptualización**

# Liderazgo Customer Centric

Lidera la transformación de tu organización y conecta con tus clientes

- Presentación de los principales **conceptos**y **desarrollos teóricos** relacionados con cada uno de los contenidos del temario.
- Proporcionar al asistente un corpus teórico base para el posicionamiento personal y profesional y el crecimiento en ambas direcciones, así como un instrumento de influencia personal.
- En la dinámica del curso, la exposición teórica se concibe como un motivo para la reflexión compartida y el contraste de visiones a través del debate abierto.

- **Experimentación**
  - Incorporación de conocimientos e **interiorización de hábitos**mediante propuesta de actividades/casos diseñados específicamente para cada uno de los contenidos, competencias y habilidades incluidas en el curso.
  - Se trabajarán **casos prácticos y ejercicios** que afiancen el cambio en todas sus dimensiones.
- **Aprendizaje en grupo**
  - Conocer **experiencias de otros**y compartir y apreciar **ideas y habilidades**como base para la reflexión compartida y como "inputs" para el propio crecimiento personal y profesional. Experiencias, coloquios y lecciones aprendidas en materia de Customer Centricity para directivos, en todas las vertientes: personal, organizacional, etc...
- **Experiencias Transformadoras**
  - Todas y cada una de las actividades y contenidos del curso se han diseñado para posibilitar en los asistentes un **cambio de percepción**, posibilitando en todos los casos nuevos enfoques, despertando curiosidad, posibilitando la inspiración y estableciendo retos personales y profesionales.

El programa está impartido por una selección de los más destacados profesionales de la materia, 100% activos en la disciplina que imparten, garantizando que el programa responda y se adecúe a la realidad de la actividad y de las empresas y organizaciones actuales.

El enfoque didáctico combina la asimilación del marco conceptual de la disciplina, su aplicabilidad en casos de éxito y talleres participativos individuales y grupales, haciendo del programa una experiencia dinámica, práctica y rica en experiencias.

Este Programa también está disponible en modalidad In Company, formación a medida para tu empresa.

**PROFESORES**

- **Silvana Buljan.** Executive Director BOND EMEA

## PROGRAMA

**ENTORNO DE TRANSFORMACIÓN**

- Entorno socioeconómico, competitividad y status quo
- En mi entorno
  - ¿Qué cambios están afectando a nuestro negocio y necesitamos incorporar?
  - Retos externos
- En mi empresa
  - ¿Cuál es el nivel de madurez en mi organización en Customer Centricity?
  - Retos internos

**ESTRATEGIA CUSTOMER CENTRIC**

- Nuestra propuesta de valor al cliente (Ser relevante para el cliente)
- Argumentos económicos para invertir en Customer Centricity (calcular ROI)
- Qué implica ser una empresa Customer Centric y su impacto en el modelo de liderazgo

# Liderazgo Customer Centric

Lidera la transformación de tu organización y conecta con tus clientes

### SER UN LÍDER CUSTOMER CENTRIC

- Mi objetivo como sponsor para poner al cliente en el centro
- Mis competencias Líder Customer Centric
- Qué no tengo que hacer y errores más habituales

### HERRAMIENTAS PARA SER UN LÍDER CUSTOMER CENTRIC

- Análisis Cuantitativo: Valórate y que te valoren en las competencias
- Análisis Cualitativo: Matriz creyente-practicante
- Trabaja los gaps identificados: Consejos y trucos

### CASOS DE ÉXITO INSPIRADORES

- ¿Quiénes son los Líderes Customer Centricde referencia y qué enseñanzas podemos aprender de ellos?
- El impacto de ser un Líder referente en la cuenta de resultados y el éxito empresarial

El programa incluye el libro **«Buyology. Verdades y mentiras de por qué compramos» de Martin Lindstrom**,gran referente y «gurú» fuente de inspiración en la gestión estratégica en un entorno cambiante.