# Formació d'Empresaris i directius



L'organització empàtica: liderant amb el client al centre.





## Cambra de Comerç de Barcelona



## Liderar con el cliente en el centro

PEOPLE CENTRIC ORGANIZATIONS

Carlos Andreu @Carlos Andreu 70

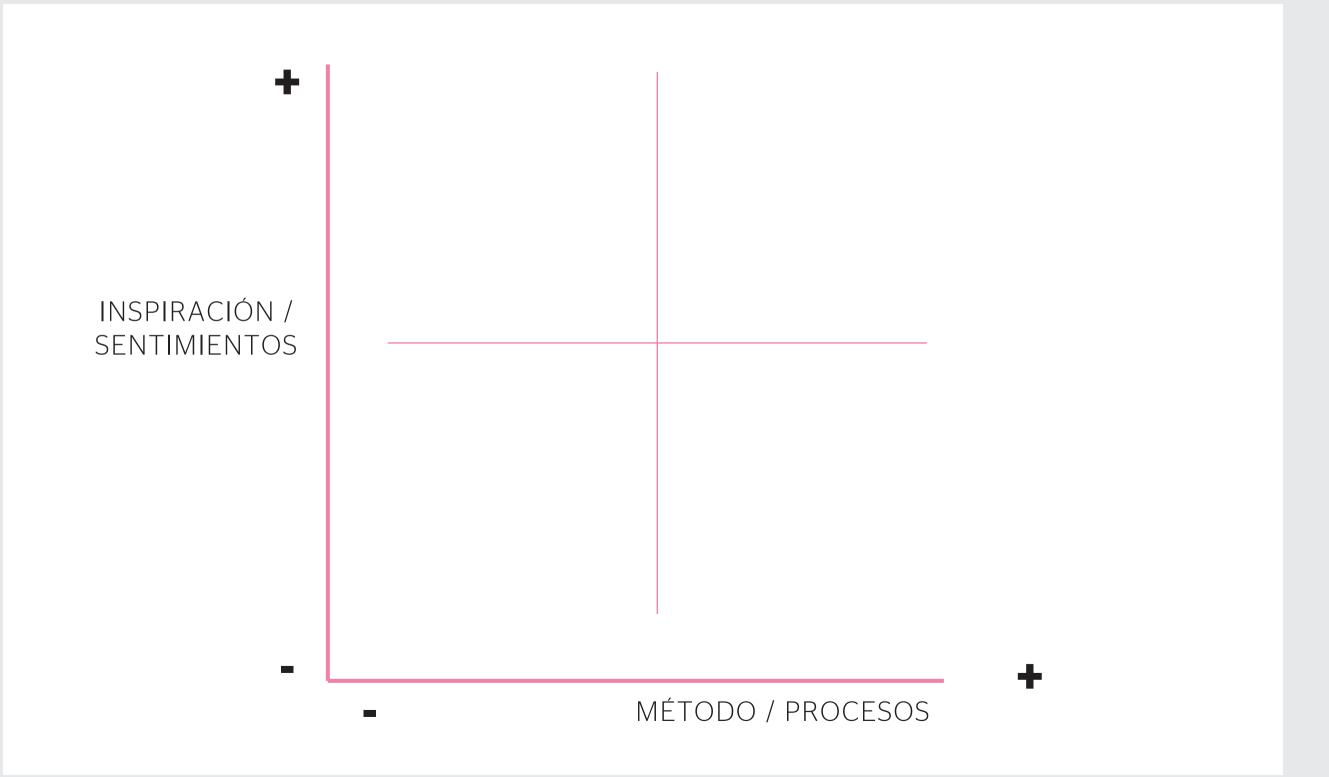










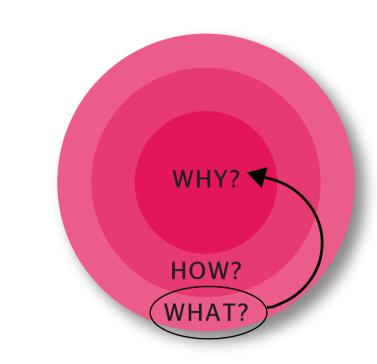




### LIDERAR CON EL CLIENTE EN EL CENTRO

INSPIRACIÓN

MÉTODO



WHY = The Purpose What is your cause? What do you believe?

**HOW** = The Process
Specific actions taken to realize the Why.

WHAT = The Result
What do you do? The result of Why. Proof.

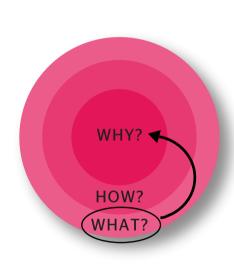




#### LIDERAR CON EL CLIENTE EN EL CENTRO

INSPIRACIÓN

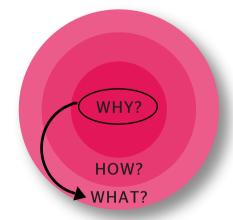
MÉTODO



WHY = The Purpose What is your cause? What do you believe?

**HOW** = The Process
Specific actions taken to realize the Why.

WHAT = The Result
What do you do? The result of Why. Proof.



Think, Act and Communicate "Inside Out"

**START WITH** "WHY"!



CARTOGRAFIA DE LOS MOMENTOS DE LA VERDAD

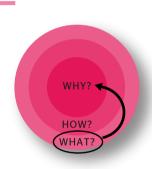




#### LIDERAR CON EL CLIENTE EN EL CENTRO

### INSPIRACIÓN

MÉTODO



= The Purpose
What is your cause? What do you believe?

**HOW** = The Process
Specific actions taken to realize the Why.

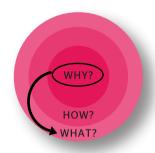
WHAT = The Result
What do you do? The result of Why. Proof.

#PRECIO #BONUS #COMISIONES #INDIFERENCIA

**#PREMIOS** 

**#PROMOCIONES** #OCÉANOROJO #"FIDELIZACIÓN" **#SUSTANTIVOS #VISIÓN TÁCICA** 





Think, Act and Communicate "Inside Out"

**START WITH** "WHY"!

**#VERBOS** #EXPERIENCIAS #RECOMPENSASEMOCIONALES **#SOSTENIBLIDAD** #PREFERENCIA #OCÉANOAZUL

#DIFERENCIACIÓN #UX #EMPATÍA #CULTURA **#VISIÓNESTRATÉGICA** #LONGTAIL

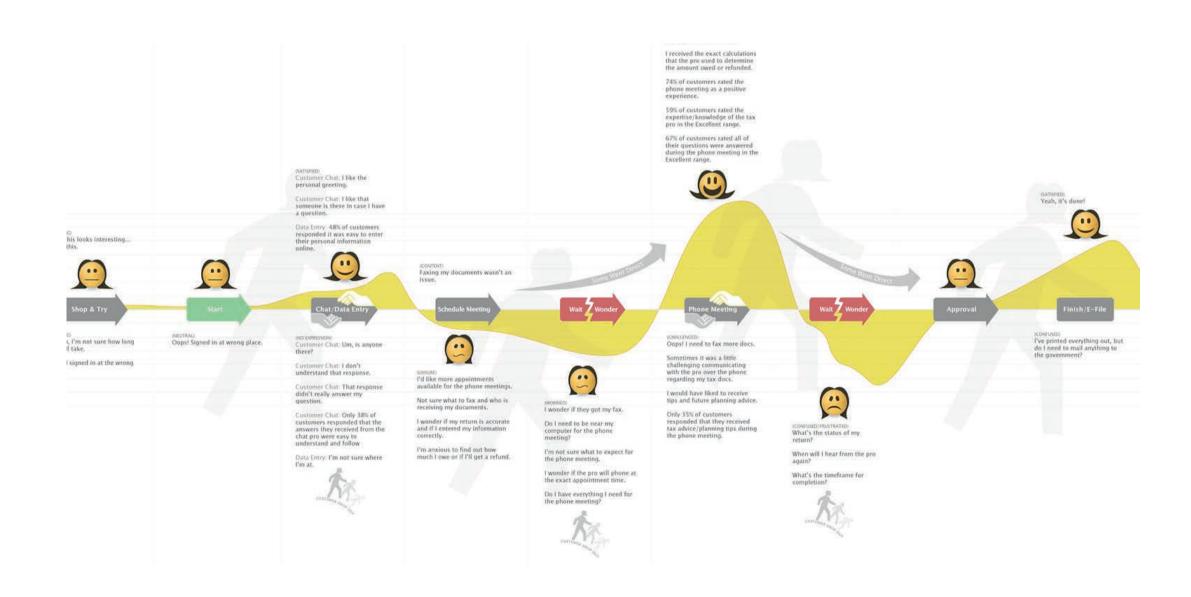


Excelencia en lo básico





#### CARTOGRAFIA DE MOMENTOS DE LA VERDAD (MOT'S & DRIVERS)









EXPERIENCIA < EXPECTATIVA



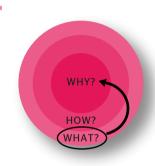
INTRÍNSECOS

XTRÍNSECOS

#### LIDERAR CON EL CLIENTE EN EL CENTRO

#### INSPIRACIÓN

MÉTODO



= The Purpose What is your cause? What do you believe?

**HOW** = The Process
Specific actions taken to realize the Why.

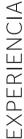
WHAT = The Result What do you do? The result of Why. Proof.

#PRECIO #BONUS #COMISIONES #INDIFERENCIA **#PREMIOS** 

**#PROMOCIONES** #OCÉANOROJO #"FIDELIZACIÓN" **#SUSTANTIVOS #VISIÓN TÁCICA** 



PRODUCTO / PRECIO



Think, Act and Communicate "Inside Out"

**START WITH** "WHY"!

**#VERBOS** #EXPERIENCIAS #RECOMPENSASEMOCIONALES **#SOSTENIBLIDAD** #PREFERENCIA #OCÉANOAZUL

#DIFERENCIACIÓN #UX #EMPATÍA #CULTURA **#VISIÓNESTRATÉGICA** #LONGTAIL



Excelencia en lo básico



9 COMPORTAMIENTOS CLAVE QUE GENERAN PREFERENCIA

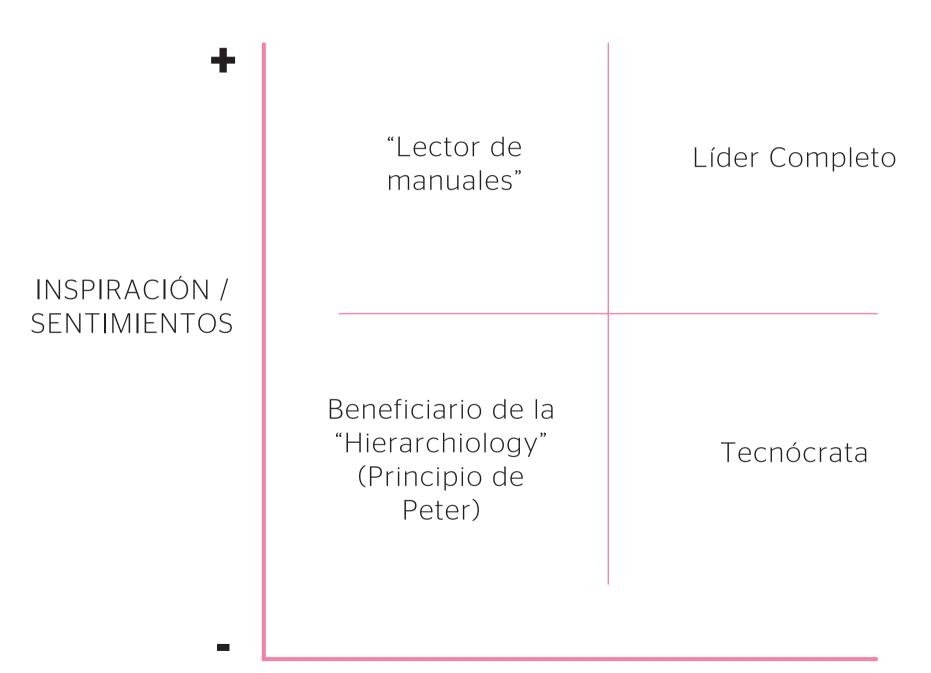


#### 9 COMPORTAMIENTOS CLAVE QUE GENERAN RELACIONES DIFERENCIALES

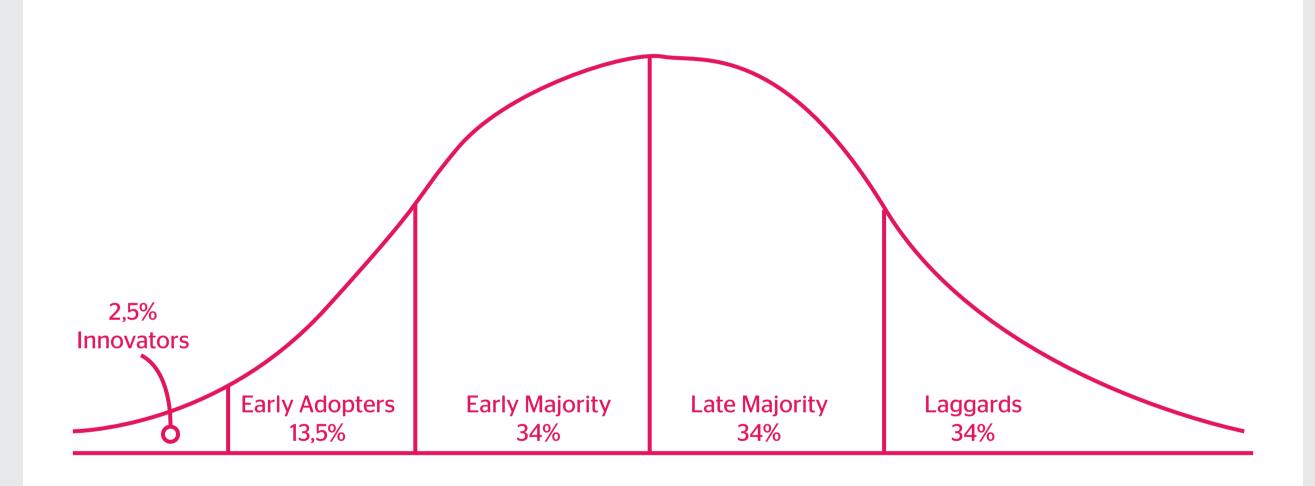
- 1. Le conozco hasta el mínimo detalle
- 2. Mantengo un contacto estrecho
- 3. Soy rápido atendiendo a sus solicitudes
- 4. Soy transparente y 100% fiable
- 5. Le escucho activamente
- 6. Le muestro respeto
- 7. Me pongo siempre de su parte
- 8. Le hago la vida más fácil
- 9. Le demuestro que me importa



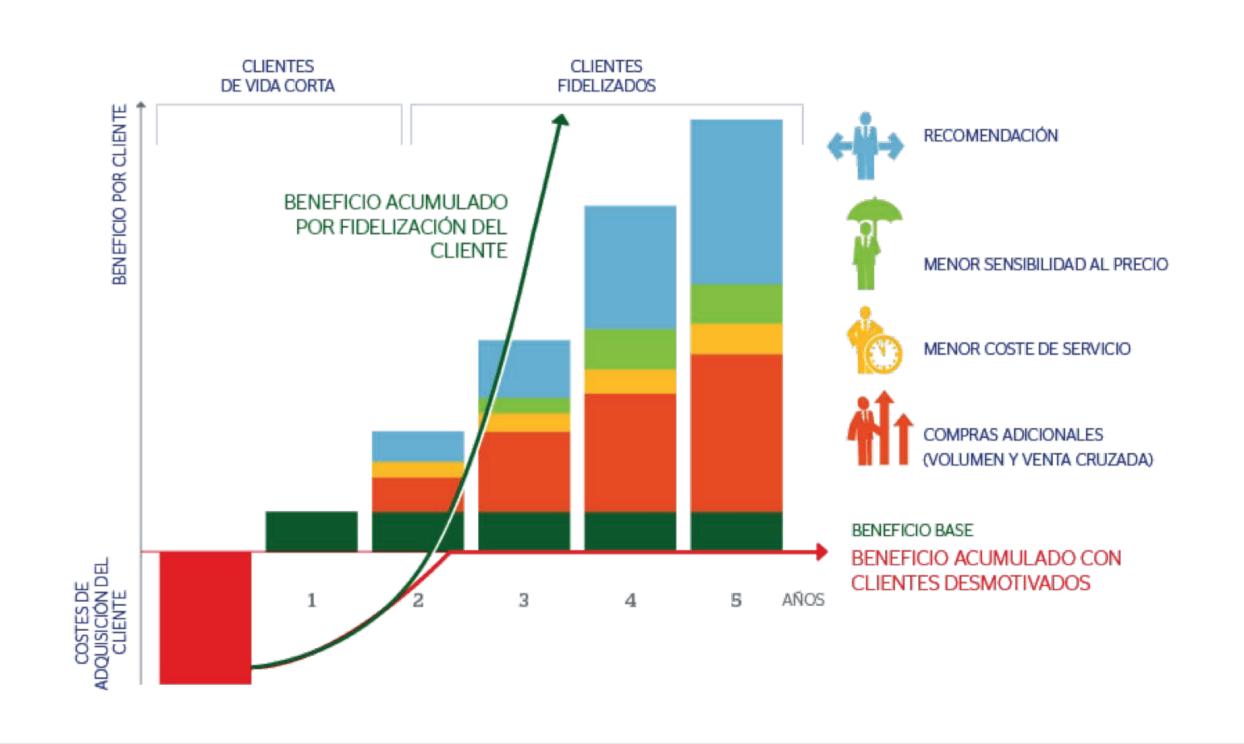








### PONER AL CLIENTE EN EL CENTRO ES NEGOCIO



### DIRIGIR CON COLABORADOR EN EL CENTRO (LIDERAR), ES NEGOCIO COOKIEBOX



