

PORTA
FOLIO
DE
PRO-
DUC-
TOS
GABRIEL VALLEJO

© www.gabrielvallejolopez.com
luisb@gabrielvallejolopez.com | gavallejo35@hotmail.com
+57 311 5380210 +57 3176451550

ÍNDICE

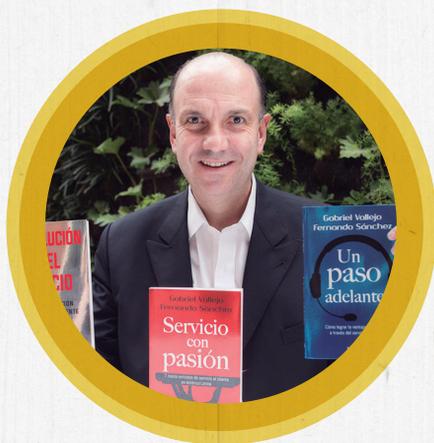
**TRAYECTORIA DE
GABRIEL VALLEJO** **03**

**CONFERENCIAS EN
SERVICIO AL CLIENTE** **05**

**CURSO Y
CERTIFICACIÓN ONLINE
LA MAGIA DE SERVIR** **09**

**TALLER FORMADOR DE
FORMADORES EN SERVICIO** **11**

**METODOLOGÍA
CULTURA DEL SERVICIO** **15**



TRAYEC- TORIA ■ DE ■ GABRIEL VALLEJO



INFORMACIÓN LABORAL

Exministro de estado y ex director del Departamento de Prosperidad Social (DPS).

Gabriel Vallejo lleva estudiando el tema del Servicio al Cliente más de 20 años en su trayectoria en los sectores público y privado. Ha publicado **4 libros** en el tema (más de **32.000** unidades vendidas), siendo “*Un paso adelante*” el libro de management más vendido en Colombia en el año de su publicación y uno de los más vendidos de la década. En el 2018, fue el autor más vendido de la editorial Conecta de Penguin Random House en Colombia. En los últimos dos años ha dictado más de **300 conferencias** en varios países y es columnista de opinión del diario económico **Portafolio**. En la actualidad, **Gabriel** es reconocido como uno de los principales expertos en **Servicio al Cliente** en América Latina.

Pertenece y ha pertenecido a varias juntas directivas.

Fue vicepresidente comercial del Grupo Editorial El Tiempo, gerente general de medios especializados de El Tiempo, jefe de foros Grupo Editorial El Tiempo, director general de HSM en México (hoy WOBI), vicepresidente comercial de HSM para América Latina con sede en Miami, gerente general de Canal Capital, vicepresidente de recursos humanos de Noel (en su momento la compañía de alimentos más grande de Colombia), vicepresidente de marketing de la cadena de hoteles Royal de Colombia (hoy Hoteles NH) y gerente de Servicio al Cliente de la Compañía Mundial de Seguros.



INFORMACIÓN ACADÉMICA

- MBA en Dirección de Empresas del IE, Madrid.
- Abogado de la Universidad Externado, Colombia.
- Programa de Alta Dirección en el IPADE, México.
- Posgrado en Gerencia de Recursos Humanos de la Universidad de los Andes, Colombia.
- Posgrado en mercadeo en el CESA, Colombia
- Coach profesional del Instituto OLA Coach, Madrid



**CONFÉ-
RENCIAS
EN SERVICIO
AL [REDACTED]
CLIENTE**



POSIBLES CONFERENCIAS

SERVICIO
CON PASIÓN

LA RE-EVOLUCIÓN
EN EL SERVICIO

EL TALENTO HUMANO
EN LA ERA DEL SERVICIO

LA MAGIA DE SERVIR
CON PROPÓSITO

Nota: En general, los ejes temáticos de las conferencias son similares pero cada una tiene matices y detalles diferentes.



PUBLICACIONES DE GABRIEL VALLEJO



CONFERENCIAS EN SERVICIO AL CLIENTE

06



TEMAS CONFERENCIAS

CARACTERÍSTICA:

Conferencia 100% práctica

TEMAS:

- El mundo empresarial actual.
- Estrategias Organizacionales actuales y su impacto.
- La empresa consagrada al cliente.
- Talento Humano.
- Evolución sobre el Servicio.
- El Servicio al Cliente de hoy y sus pilares básicos.
- Promesa de valor en Servicio.
- Servicio al Cliente, ventas y mercadeo.
- Servicio al Cliente en la era digital.
- Servicio al Cliente para los Millenials.
- Casos de éxito de Servicio al Cliente en Latinoamérica.
- Pasión por el Servicio.
- Actitud y compromiso como pilares del Servicio al Cliente.
- Liderazgo a través de la emoción.
- Amor por lo que se hace en la vida personal y profesional.

¿QUÉ SE LLEVAN LOS PARTICIPANTES CON LA CONFERENCIA?

- Conciencia sobre la importancia del Servicio al Cliente.
- Entendimiento de que el Servicio al Cliente se fundamenta en actitudes individuales.
- Mecanismos para desarrollar internamente estas actitudes.
- Estrategia practica sobre el Servicio al Cliente para emplear en la vida laboral y personal.
- Metodología para desarrollar una experiencia memorable en Servicio.
- Modelo de Servicio basado en la gente.
- Cómo diseñar ventajas competitivas a partir del Servicio al Cliente.



ALGUNOS DE NUESTROS CLIENTES



CONFERENCIAS EN SERVICIO AL CLIENTE

08



CURSO Y
CERTIFICACIÓN ONLINE
LA MAGIA
DE 
SERVIR 



#LAMAGIADESERVIR

Un curso online 100% práctico, dictado por el experto Gabriel Vallejo, con el cual obtendrán herramientas para escalar la capacitación en la organización y tener impacto directo en los indicadores de desempeño.



Explicaciones magistrales + dramatizaciones tipo **Youtube** para ejemplificar conceptos.



Quices cortos de opción múltiple.



Simulacros donde usuarios deben poner en practica conceptos en situaciones reales con clientes (**juego de roles**).



Duración aproximada: **5 hrs.**



Ritmo propio: se puede iniciar en un momento, continuarlo y terminarlo en otro.



Dirigido a **todos** los niveles organizacionales.



Ideal para **empleados actuales** y para capacitación inicial de nuevos empleados.



Herramienta practica, con conceptos que se pueden llevar a la acción y permitirá un **mejoramiento en la organización.**



Es la posibilidad de amplificar y escalar el impacto de la capacitación con una **herramienta innovadora.**

Accede en: lamagiadeservir.com



Al completar el curso el usuario obtiene una certificación oficial de **Gabriel Vallejo**

CURSO Y CERTIFICACIÓN
ONLINE LA MAGIA DE SERVIR

10



.....

TALLER 

FORMADOR

DE FOR- 

MADORES

EN SERVICIO



Theline
group





TALLER FORMADOR DE FORMADORES EN SERVICIO

OBJETIVO PRINCIPAL

Generar un nivel de conciencia y de entendimiento sobre los mecanismos principales que componen las claves para prestar un buen servicio y crear herramientas para que los asistentes puedan difundir y multiplicar este mensaje al interior de la organización.

OBJETIVO SECUNDARIOS



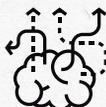
Conectar emocionalmente con los asistentes para producir un alto nivel de sensibilización sobre su actitud de servicio.



Empoderar a los asistentes para poder llevar al resto de organización el mensaje de la actitud de servicio.



Brindarle herramientas a los asistentes de inteligencia emocional para que puedan difundir apropiadamente el mensaje del servicio.



Generar una conciencia colectiva sobre la prioridad del servicio en la organización tanto con los clientes internos como externos.



Acompañar a los asistentes para que puedan encontrar el propósito superior en sus vidas y en su trabajo.



Definición en conjunto de la propuesta de valor en servicio de la organización.



METODOLOGÍA GENERAL

PARTE I

Taller Gestionar o
Enamorar

PARTE II

Taller Propuesta de
Valor: El arte de crear

Duración: 8 hrs.

Cantidad máxima de personas: 40.



TALLER GESTIONAR O ENAMORAR

Este es un taller diferente donde los asistentes descubren el poder de las emociones como motor para prestar un buen servicio y cómo a través de entender la diferencia entre gestionar o enamorar hacen el cambio consiguiendo resultados únicos en servicio.

- Se transmite importancia de Las Eras y las Generaciones como grandes sucesos de transformación en nuestras relaciones personales y laborales que son la base de lo que componen el servicio.

- Leitmotiv, guías que todo líder debe tener; a través de ejercicios apoyados con videos y temáticas didácticas, entregamos a los asistentes diferentes herramientas de empoderamiento, conexión e inteligencia emocional para conectar con nuestro entorno de manera positiva para poder interiorizar la importancia sobre tener actitud de servicio y llevarlo a las labores del día a día.

- Por medio de ejercicios de donde incentivamos el agradecimiento y el reconocimiento de los participantes generamos mecanismos para que las personas logren unir su pasión y lo que los mueve en la vida con el diario vivir de su trabajo logrando resultados únicos en términos de servicio.



TALLER PROPUESTA DE VALOR: EL ARTE DE CREAR

- Este es un taller donde se realizan actividades de tipo teórico y práctico para generar herramientas con el fin de que los participantes puedan formar a sus pares en la organización en el tema del servicio. Estas están orientadas en los siguientes ejes:

Se utiliza una metodología y un acompañamiento para que los asistentes puedan poner en palabras su propósito superior en su vida personal y profesional.

Se construye de manera conjunta la propuesta de valor en servicio de la organización con acompañamiento del experto.

Si los colaboradores participaron en su construcción, la interiorización de esta es mayor:

La organización queda unificada en qué es lo que se le debe entregar al cliente en términos de servicio.



IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CRÍTICOS DE LOS PROCESOS EN SERVICIO

Por medio de actividades interactivas, con moderación del experto Gabriel Vallejo, se identifican aspectos que estén entorpeciendo el ambiente laboral y no permitan a las personas prestar un buen servicio. Se definen soluciones de fácil y rápida implementación para alinear los procesos en servicio.



.....

**METODO-
LOGÍA
CULTURA
DE
SERVICIO**



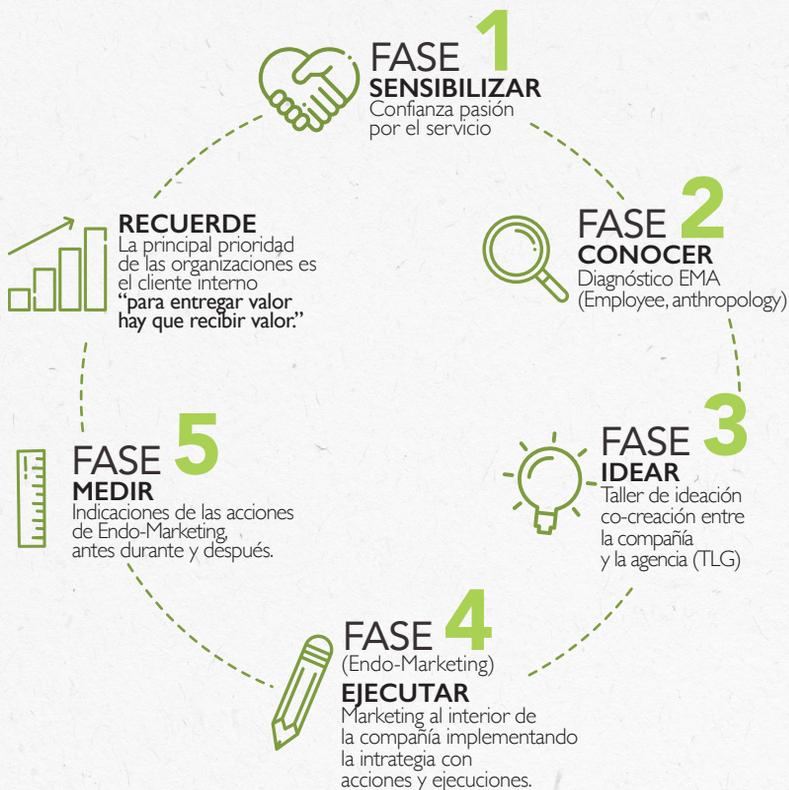
Theline
group





METODOLOGÍA CULTURA DEL SERVICIO

Basada en el modelo de innovación **design thinking**. Creamos un proceso que nos permite conocer la cultura y el servicio de las organizaciones a través de sus colaboradores;





NUESTRA METODOLOGÍA DE INTERVENCIÓN



SENSIBILIZAR 1^{era} FASE

Conferencia: Servicio con pasión

Conferencia de sensibilización; "el mejor servicio al cliente es el que nace del corazón de quienes trabajan en las empresas."

Es aquel que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas brindando experiencias genuinas de felicidad.

INSPIRAR 2^{da} FASE

Taller gestionar o enamorar

Cuando el 80% de las decisiones son emocionales, tu manera de impactar a los colaboradores o tu equipo de trabajo debe ser diferencial, por eso ¿Gestionar o enamorar? Se convierte en la fórmula innovadora para entregar un servicio diferencial. Un taller con diferentes ejercicios donde le entregamos a los asistentes herramientas de comportamiento, conexión e inteligencia emocional para conectar con el cliente interno y externo. Entendiendo el impacto de su gestión de adentro hacia fuera en la compañía. (*Intrategia)

Duración: 3 H

**Este concepto se orienta hacia adentro de las compañías, y se vincula con el talento humano y sus niveles de cohesión, compromiso y productividad. Basado en el sentido de pertenencia con la compañía, su admiración por los líderes y su capacidad de acción proactiva y cultura organizacional.*

ACTUAR 3^{era} FASE

Customer experience

Fase para entender, identificar y crear momentos claves dentro del servicio, donde la observación de un grupo de antropólogos es el insumo de nuevos planes de acción.

INMERSIÓN: ANTROPOLOGÍA

Un grupo de antropólogos se inmersan en la CIA, para hacer un trabajo de etnografía y poder identificar, cultura, procesos y comportamientos.

+ Cliente incógnito: Ejercicio de mystery shopper para identificar mínimo esperado, oferta de valor y dolores en el servicio.

Call center: Zoom en esta área para identificar protocolos, procesos, herramientas y perfiles.

Duración: 1 día por lugar.

IDEACIÓN: CO-CREACIÓN

+ Un espacio para co-crear de acuerdo a los hallazgos identificados en la fase de inmersión, crear la propuesta de valor e identificar momentos claves de servicio y definir los diferentes viajes del cliente.

Duración: 1 día.

JOURNEY MAP: HERRAMIENTA DE SERVICIO

= Creación del viaje del cliente en dos momentos, compra y puntos de atención o servicio. Entregando momentos claves para fidelizar su experiencia, haciéndola memorable.

Diagnóstico

EMA (Employee anthropology)

Información que nos sirve para conocer a los colaboradores de la compañía, su cultura actual, entender su entorno laboral; analizando los diferentes factores sociales, demográficos y psicográficos dentro de la CIA.

.....

¿CÓMO FUNCIONA EMA?

ANALYTICS
(mirada cuantitativa)
Endo data



ANTROPOLOGÍA
(mirada cualitativa)
Small data



VISIÓN LÍDERES
(entrevistas 1 a 1)



1 Realizaremos un video con los líderes de la CIA donde nos cuentan sus pasiones e intereses para sensibilizar a los colaboradores a participar en el diagnóstico.



2 Crearemos una página que aloja la encuesta del estudio, para que los colaboradores nos puedan dejar su información.



3 Realizaremos observaciones de etnografía participativa, para identificar las dinámicas sociales de los colaboradores en los diferentes niveles de la compañía.



4 Procesamos la información por minería de datos, para identificar las tendencias en la compañía y segmentación por Clusters.



5 Realizaremos un taller para la entrega del reporte con los hallazgos a nivel cualitativo y cuantitativo.



PROPÓSITO EMA



Conocer el ADN de la compañía a través de los colaboradores como personas.



Insumo fundamental para crear la estrategia de valor de la compañía hacia los colaboradores.



Nos sirve como base para desarrollar una estrategia clara de comunicaciones internas.



Diseñar los programas de bienestar de la organización.



Detectar oportunidades para diseñar los planes de selección y perfilamiento comercial de la compañía.



Crear un programa de liderazgo, trabajo en equipo, rotación, engagement y demás dentro de la compañía.



PROPÓSITO EMA

1era FASE



SENSIBILIZAR

Conferencia
"Servicio con pasión"

AUDIENCIAS



LÍDERES



COLABORADORES

**ENTREGABLE:
CONFERENCIA**

2da FASE



INSPIRAR

Taller
"Gestionar o enamorar"

AUDIENCIAS



LÍDERES

**ENTREGABLE:
TALLER**

3era FASE



ACTUAR

Customer experience
(Inmersión – Ideación –
Journey Map)

ZOOM
en puntos de atención



CENTROS DE ATENCIÓN O
EXPERIENCIA CON EL SERVICIO

AUDIENCIAS

**ENTREGABLE: INFORME
DE INMERSIÓN
INFORME ZOOM
JOURNEY MAP SERVICIO.**

The line

g r o u p

EMA



TODA
LA CIA

IDEACIÓN



COMITÉ
DE CAMBIO

**ENTREGABLE
DIAGNÓSTICO PROPUESTA
DE VALOR COLABORADOR.**

© www.gabrielvallejolopez.com
luisb@gabrielvallejolopez.com | gavallejo35@hotmail.com
+57 311 5380210 +57 3176451550

¡GRACIAS!



gavallejo35@hotmail.com
luisb@gabrielvallejolopez.com



+57 311 5380210
+57 3176451550



www.gabrielvallejolopez.com
www.lamagiadeservir.com



[@gabrielvallejol](https://www.instagram.com/gabrielvallejol)



Gabriel Vallejo López



[@gabrielvallejospeaker](https://www.facebook.com/gabrielvallejospeaker)
