

0.0

Comentarios (0)

Humberto Domínguez Collins

Bogotá, Colombia

Conferencista | Capacitador | Docente | Panelista

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Servicio al Cliente una vision gerencial estrategica., Servicio al Cliente. Marketing., Gerencia de marketing y ventas, Customer & user experience (Experiencia del cliente), Cultura del Servicio centrada en el cliente, Estrategias de Servicio basadas en la servuccion, Servicio al Cliente.

Descripción del perfil

Ingeniero Industrial , especialista en investigación y docencia universitaria con amplia experiencia empresarial ,en las areas administrativa y de marketing en importantes empresas del sector industrial y de servicios como Industria Militar, Laboratorios Pfizer, Grupo grasas Acegrasas/ Fagrave entre otras. Miembro fundador de la Asociación Colombiana de Control de Calidad, docente universitario por más de 30 años; fue Decano de la Escuela de Administeacion y Marketing de la universidad Sergio Arboleda sede Santa Marta, 2011/2014; reconocido consultor y conferencista en el tema de Servicio al Cliente desde la perspectiva gerencial estratégica.

Conferencias, Cursos o Talleres

Servicio al Cliente como actividad estratégica gerencial.

Flexible

Una visión estratégica empresarial de la relación cliente/empresa, desde la óptica de la servuccion y la cultura de servicio, complementado con la importancia de las técnicas de medición de la experiencia del cliente como herramienta para el mejoramiento de la competitividad.

Curso Práctico de Servicio al Cliente. Lo estructural del servicio.

4 Horas o más

Este curso práctico de capacitación está diseñado para ser un soporte estratégico y operativo en la gestión de servicio al cliente para micro, pequeños y medianos empresarios que deseen mejorar su competitividad.

Las empresas líderes en Servicio al Cliente, enfrentan y superan con más facilidad las épocas de crisis.

De 2 Horas a 4 Horas

Toda aquella empresa que presente una estructura sólida de servicio al cliente basada y soportada en una cultura de servicio al cliente bien concebida, tendrá una ventaja competitiva con respecto a sus competidores en épocas y situaciones de crisis .

Los Peligros de un mal Servicio al Cliente

De 2 Horas a 4 Horas

La conferencia está orientada a analizar los diferentes peligros a los que está expuesta una empresa por carecer, ignorar o desconocer los diferentes soportes estratégicos que debe tener establecidos , para ofrecer un servicio de excelenicia a sus clientes.

Camino hacia una Cultura de Servicio frente a la nueva normalidad

De 2 Horas a 4 Horas

En la empresa todos somos Servicio al Cliente, el Servicio al Cliente es mucho más que la función de un solo departamento, área o sección, es la misión de toda la organización; esto es que la Cultura de Servicio no se impone , es un proceso de cambio que involucra y compromete a todos los miembros de la empresa alrededor de valores, actitudes y comportamientos en favor de los clientes. Por lo tanto en estos momentos hay que construir el camino hacia una cultura de servicio en esta etapa de la "nueva normalidad" que nos mantenga en la excelencia competitiva.

Servicio al Cliente para el mundo de los negocios.

4 Horas o más

Seminario taller en el cual se identifican y manejan estratégicamente los tres ejes temáticos del Servicio para el mundo de los negocios.

Experiencias

Dirección de mercadeo

Caja de compensación familiar Comfenalco Cartagena.

1991 - 1993

Dirección administrativa

Corporación para el desarrollo educativo Codes.

1998 - 2000

Dirección de mercadeo

Caja de compensación familiar del magdalena Cajamag.

1993 - 1995

Decano

Universidad Sergio Arboleda sede Santa Marta

2011 - 2014

Gerencia

Fabrica de sueteres Panda

1984 - 1986

Secretario General

ASOCAJAS

1989 - 1991

Asesor del superintendente para asuntos económicos y de mercadeo

Superintendencia de subsidio familiar.

1986 - 1989

Dirección nacional de planeacion y operaciones

Grupo Grasas Acegrasas /Fagrave

1981 - 1984

Dirección de planeacion y comercio exterior

Laboratorios Pfizer

1979 - 1981

Jefe de división técnica y producción

Industria Militar

1976 - 1979

Estudios

Especialista en investigación y docencia universitaria

Universidad Sergio Arboleda

2003

Ingeniero Industrial

Universidad de América

1976

Libros

El Servicio Invisible: fundamento de un buen servicio al cliente. Universidad Sergio Arboleda-Ecoe ediciones , 2006, ISBN:958-648-426-2

La importancia de identificar y administrar todos aquellos elementos del back office en una empresa que fundamentan la calidad del servicio.

Artículos

El servicio al cliente y el derecho de los mercados.

El conicimiento de la relación entre el servicio al cliente, los derechos del consumidor , la libre competencia y la propiedad industrial, le dan al empresario una gran ventaja competitiva para el planteamiento de estrategias de marketing y servicio al cliente.https://www.ambitojuridico.com/noticias/analisis/mercantil-propiedad-intelectual-y-arbitraje/el-servicio-al-cliente-y-el-derecho

La Estrategia del Servicio

El diseño y cumplimiento de la estrategia de Servicio en una empresa garantizará su acertado desempeño y una mejor competitividad.

Las empresas líderes en Servicio al Cliente enfrentan y superan con más facilidad las épocas de crisis.

Tres interrogantes básicos que deben superar las empresas para lograr ser líderes en Servicio al Cliente.

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/humberto-dominguez