

## MINUTA GRUPO DE ESTUDIO

<b>Fecha</b>	08 de abril de 2019
<b>Participantes</b>	Luis Castillo, Erick Melgar, Ángel del Valle, Benjamín Chang, Melanie Maldonado, Rita Donis, Manuel Pacheco, Lulu Mc Donald
<b>Puntos a tratar</b>	1) Programa de formación continua
<b>Acuerdos</b> (llenar al final de la sesión; revisar secciones subrayadas en amarillo)	<b>Siguientes pasos:</b> <b>Benja:</b> compartir a Rita los perfiles de los clientes <b>Rita:</b> contactar con Galileo para ver del técnico o cursos

## TEMAS DISCUTIDOS

**Ángel:** Presentación Propuesta Módulo Dos

**Luis y Erick:** le avisarán a los interesados de los perfiles que el Lab está generando.

**Rita:** Las dos competencias que se tienen para los vendedores de canales es VENTAS y MARKETING.

Respecto a la coordinación:

**Rita:** un padrino o alguien "que llore este niño".

**Luis:** Cuando ya se tenga todo organizado se le entregará a alguien de esta mesa por su nivel de involucramiento.

**Rita:** Se debe de identificar, en base a los perfiles, qué tipo de actividades se llevarán a cabo. Para responder a las necesidades de este grupo.

**Luis:** ya se habló con ODH para cer el tema de los perfiles clave como Gerencia y Subgerencia. Cuando ya se tenga todo organizado se le entregará a alguien de esta mesa por su nivel de involucramiento.

### Próximos pasos:

**Luis:** Apoyar en la formación del programa, pero no enfocarnos de lleno. Lograr nivelar las condiciones de la tienda para poder continuar. Importante: identificar los elementos mínimos, para asegurarnos de que se implementen. Y delegar a la operación, Manrique y compañía.

El otro camino, si no se puede con el equipo actual, incorporar a partes nuevas para "hacer que camine".

La razón inicial por la que empezamos a trabajar en conjunto Optimización y Labetnográfico, es conocer al cliente. En el camino nos desviamos al PFC, pero existe una preocupación de llegar a un punto de quedarnos detenidos y ya no poder avanzar. Además, que se puede ir el año completo en este proyecto.

**Luis a Rita:** tomar en cuenta los aspectos culturales que el Lab ha encontrado para desarrollar de forma correcta las iniciativas. Para salir de lo típico donde solo se delega y nadie da seguimiento. Por lo tanto, nos limitaremos a implementar solamente lo que podemos asegurar de dar seguimiento hasta la implementación.

Pregunta pendiente: ¿Qué es lo más importante, lo esencial que debemos impartir si o sí?

**Lulu:** lo más importante sería el servicio al cliente, todos de acuerdo.

¿Tenemos identificada la brecha o la razón por la cual no dan un buen servicio al cliente?

**Erick:** las barreras que han demostrado los colaboradores son internas

**Rita:** técnicas de cómo acercarse al cliente, hacerlos sentir dueños de su aprendizaje.

**Luis:** no podemos quedarnos patinando en que no son dueños de su aprendizaje, sino, existe la otra opción. Llevar a personas con otro perfil.

**Lulu:** nos estamos enfocando tanto en el colaborador que hemos desatendido al cliente. Cómo podemos hacer converger a colaborador y clientes.

**Benja:** con lo obtenido del conocimiento de la cultura de la tienda se pueden desarrollar las actividades que aporten a hacerlos sentir dueños de su aprendizaje.

**Ángel:** deberán ser Benja y Gaby quienes den seguimiento a lo que impartiremos.

**Luis:** no queremos dejar la impresión de que no nos interesó, pero podemos aportar el esqueleto.

**Erick:** qué necesita el pénsun; ¿título, objetivo...?

**Ángel:** En base al cliente actual, no el que imaginan o esperan que nos visite algún día.

Perfiles de los clientes (4), ya contamos con esta información. Benja atenderá las necesidades de Knowledge Management.

**Rita:** necesitamos un informe igualito (al que presentamos hoy) pero de los clientes. También tienen material de los procesos, según Manrique, que aportaría a esta tarea.

**Luis:** ¿el siguiente paso es? investigar, quién sería el experto que les pueda decir cómo atender a un cliente que va corriendo o a un segmento en específico.

**Erick:** generar una matriz para identificar un camino para que los colaboradores puedan perfilar con preguntas rápidas y concisas al cliente.

**Luis:** que no sea conocimiento tan genérico que por el nivel de los colaboradores no vayan a saber cuál aplicar. En lo que ha observado, solamente hay alrededor de cuatro perfiles. ¿Sería de darle al experto de ventas los 4 perfiles y que él les de tips?

**Rita:** no hay un checklist a seguir. Manejo de técnicas de venta, darles estándares de servicio. Para que haya un cambio de actitud. A partir de eso ya se les puede dar capacitaciones de “objeción” de ventas, etc.

**Erick:** ejemplo de agencias como Panamerican y que el Lab le dé el acompañamiento por un periodo establecido para que desarrollen el plan.

**Rita y Lulu:** les preocupa el precio

**Erick:** ahí debería surgir ODH porque es algo que les va a quedar

**Rita y Lulu:** ese gasto le tocaría a Manrique

**Erick:** ¿pero si se está adaptando no sería responsabilidad de ODH?

**Rita:** buscar una alianza con alguna universidad, se le ocurre Galileo, porque ellos tienen técnicos relacionados.

**Presentación del estudio del tránsito en parqueo, elaborado por Manuel Pacheco:**

**Erick:** una cosa es el tamaño de los vehículos de carga/flete que visitan la tienda y otra es el tiempo que permanecen.