

# THE DISNEY WAY 2

**7 DE MAYO - BUENOS AIRES, ARGENTINA | 10 DE OCTUBRE - BOGOTÁ, COLOMBIA**

---

El arte de encantar los clientes forma parte de la cultura de Disney desde su creación. Lo que Disney logra hacer hace años es lo que las empresas necesitarán hacer de aquí para adelante. No basta tener un buen producto, es necesario ofrecer al cliente una experiencia diferente y memorable. Es decir, las empresas se tienen que centrar en entregar un mejor servicio al cliente y el producto pasará a segundo plano.

*“El tiempo y las condiciones cambian tan rápidamente que debemos mantener constantemente nuestro objetivo concentrado en el futuro”. – Walt Disney*

Conozca los elementos fundamentales que le brindan la vanguardia en la entrega de un servicio excepcional al cliente. Aprenda cómo se puede implementar las prácticas comerciales que usa Disney para lograr resultados ganadores.

- Aprenda cómo lograr una atención mágica en su empresa basándose en el marco más exitoso del mundo: EL MODELO DISNEY.
- Cómo entender las necesidades, deseos, estereotipos y emociones de los consumidores e identificarlos con la marca.
- Cómo reforzar la lealtad de los clientes a través de acciones específicas de relacionamiento.



## JIM CUNNINGHAM

Jim Cunningham es un orador internacional que ha trabajado en América del Norte y Europa. Se especializa en ayudar a las organizaciones a construir una próspera cultura de excelencia en el servicio a desarrollar líderes, delinear modelos de negocios a prueba de fallas, fomentar la retención de empleados y reformar la lealtad de los clientes.

Durante 17 años, fue parte integral como líder mundial en el desarrollo de la excelencia, The Walt Disney Company. La capacitación formal de Jim lo preparó para ser un profesional de la educación. Tiene títulos en psicología (doctorado y maestría) de la Universidad de New Hampshire y una licenciatura en ciencias de la educación de Salem State College.

### CONTENIDO DE LA SESIÓN

*Service with a Magic Touch - Conozca los elementos fundamentales que le brindan la vanguardia en la entrega de un servicio excepcional al cliente. Aprenda cómo se puede implementar las prácticas comerciales que usa Disney para lograr resultados ganadores.*

### ENTENDIENDO A LOS INVITADOS

- Métodos utilizados para entender las necesidades, deseos, estereotipos y emociones de los invitados.

### TEMA DE SERVICIO

- El propósito y los componentes de la declaración de servicio y su rol en la capacitación de los empleados para que se centren en la experiencia del huésped.

### ESTÁNDARES DE SERVICIO

- Se enfoca en las prioridades de servicio y su valor como herramienta de toma de decisiones para los empleados.

### SISTEMAS DE ENTREGA

- Explora tres sistemas primarios a través de los cuales se entrega el servicio, incluidos los empleados, la configuración y el proceso.

### INTEGRACIÓN

- Ilustra la importancia de administrar los estándares de servicio con sistemas de entrega para garantizar una mejor *Guest Experience*.



## PETER ROMAN

Master of Science en Media Communications, productor y periodista de televisión. Trabajó durante más de 20 años en las principales estaciones brasileñas como Globo, Bandeirantes, Record, Cultura y ESPN Brasil. En EE. UU., trabajó durante 10 años en Disney en varios campos: capacitador, facilitador, coordinador, gerente y embajador de *Dream Squad* durante la celebración de “El año de un millón de sueños”.

En 2008, decidió centrarse en los estudios de coaching, neurobusiness y NLP y hoy su empresa EQ Consulting está marcando una diferencia para las empresas y los emprendedores que buscan respuestas sobre cómo posicionarse en el mercado del Siglo XXI, a un ritmo competitivo y en constante cambio.

### CONTENIDO DE LA SESIÓN

*Disney “Brainchancement” – La forma en que Disney encanta a la gente.*

#### 1. EL FACTOR H

- La importancia de tener a la persona adecuada en el lugar correcto
- Entrenamiento: Contratar por habilidades de entrenamiento, ¡El poder de una sonrisa!
- Motivación: Hay una variedad de programas que recompensan el buen trabajo
- Encantamiento: Una persona sólo puede encantar a otra si está encantada con la idea o negocio

#### 2. STORYTELLING

- Disney cambió el significado de la infancia para siempre
- Contar historias no sólo es el fundamento de hablar, es el corazón de la comunicación y lo ha sido por mucho tiempo
- Haz que cada persona se sienta especial, gracias a su amplia variedad de personajes e historias

#### 3. NEUROBRADING

- La fuerza comercial de Disney y su control casi total sobre el entorno de negociación
- Nuestros sentidos
  - Visión
  - Audición
  - Olor
- Marca sensorial

#### 4. NEUROMARKETING + BRAINCHANTMENT

- ¡La gente compra emoción y justifica con razón!
- Son las pequeñas cosas las que marcan la diferencia
- La “estrategia” trae de vuelta a 2/3 de los clientes
- Encantar es dar mucho más de lo que pide el cliente

## AGENDA CONGRESO THE DISNEY WAY 2

09:00 a 10:30	<b>Jim Cunningham:</b> Service with a Magic Touch
10:30 a 11:00	<b>Networking &amp; Coffee Break</b>
11:00 a 12:30	<b>Jim Cunningham:</b> Service with a Magic Touch
12:30 a 14:00	<b>Networking Lunch</b>
14:00 a 15:30	<b>Peter Roman:</b> Disney “Brainchancement” - La forma en que Disney encanta a la gente.
15:30 a 16:00	<b>Networking &amp; Coffee Break</b>
16:00 a 17:30	<b>Peter Roman:</b> Disney “Brainchancement” - La forma en que Disney encanta a la gente.

\* Programa sujeto a cambios