



.....

MASTERCLASS

DISEÑANDO EXPERIENCIAS DE SERVICIO EXTRAORDINARIAS: UN ENFOQUE BASADO EN EL MODELO DISNEY



.....

JONATAN

LOIDI

CEO & FUNDADOR DE
GRUPOSET LATAM



13.MAYO.2025



MAIN TAKEAWAYS ABSTRACT



DISEÑANDO EXPERIENCIAS DE SERVICIO EXTRAORDINARIAS:

UN ENFOQUE BASADO EN EL MODELO DISNEY

JONATAN LOIDI



Una de las grandes oportunidades que tienen las organizaciones es cómo mejorar la calidad de servicio, así como la *customer experience* o experiencia de cliente, para fidelizar a sus clientes o, como Disney los llama, *sus invitados*. El enfoque de Disney para la creación de experiencias de servicio excepcionales la ha convertido en la organización # 1 en el mundo en la entrega de momentos mágicos.

Out of the box: pensando fuera de la caja

Para poder resolver los desafíos a los que nos enfrentamos en la vida, el llamado a la acción es que nos tenemos que animar a romper los límites, pensar fuera de la caja y a desaprender. Cambiar es difícil porque implica sacudir nuestro estado de confort.

Camino del 5 %

Si quieres ser del 5 % de las personas u organizaciones que hacen cosas extraordinarias, debes hacer exactamente lo contrario a lo que hace el 95 % restante. Las empresas se diferencian por el servicio y las experiencias extraordinarias. Las empresas del 95 %, sin una clara diferenciación, acaban peleando por precio.

Empezar por cambiar el concepto de que el trabajo es un castigo:

Nunca vas a crear una experiencia increíble afuera si primero no la creas adentro. Hay que hacer que el trabajo sea disfrutable. El equilibrio del 5 %, y su zona de desarrollo, se encuentra entre la pasión, la libertad y la recompensa. Por otro lado, la felicidad en el trabajo depende de cada uno de nosotros.

La actitud del 5 %: ¿qué tienen esas personas que hacen cosas extraordinarias?

- No le tienen miedo a la incertidumbre.
- Comprenden que son parte de un proyecto mucho más grande que ellas.
- Se entrenan y preparan continuamente.
- Confían en su equipo porque saben que la confianza es la acumulación de mucha experiencia.
- Sobregestionan los detalles, pues la magia se esconde en los detalles.
- Saben convivir con que les digan “locos”.
- Dominan las señales débiles y fuertes.
- Ponen al cliente en el centro.

- Son grandes contadores de historias.
- Son consistentes y modelan con su comportamiento.
- Se preocupan por los problemas de los demás.

Ya no es el *qué*, es el *cómo*

El *qué* es muy fácil de copiar. Las empresas que se limitan a copiar a otras están destinadas a competir por precio en el corto, mediano o largo plazo. El *cómo* es lo que rodea al *qué*. En el *cómo* está la verdadera diferenciación y ese 5 % que permite hacer cosas increíbles. Para ello, debemos enfocarnos en crear un equipo en los que la pasión, la libertad y la recompensa estén en equilibrio y un lugar amigable para el trabajo.

Poner al cliente en el centro es la mayor revolución cultural en las organizaciones

Hay que crear conciencia en todos los miembros de la organización, sin importar qué tan cerca o qué tan lejos estén en el contacto real con el cliente, de que lo que hacen o dejan de hacer y sus decisiones, impactan al cliente. Recordemos que “no hace falta mucho para arruinarlo todo”.

Cambiar la cultura no es fácil

Un cambio cultural en una empresa lleva tiempo y es difícil, pero, como todo lo que lleva tiempo y es difícil, aquellos que lo logran serán del 5 % y serán los verdaderos ganadores del mercado. En eso hay que invertir. Hay que entrenar continuamente a todo el mundo en la cultura que queremos lograr.

El modelo de la experiencia Set

Es un modelo que consta de diez pasos, de los cuales hay algunos que son innegociables en cuanto a su orden. Pero hay otros que no, pues son de soporte para el sistema.



- 1. Propósito empresarial.** Cimiento principal sobre el cual pueden desarrollarse todas las demás decisiones de servicio. Es el *para qué* de la empresa. Para crear una empresa con calidad de servicio el propósito debe ser sólido, creíble y motivador.
- 2. Diseño de cultura.** Cultura de servicio donde todos en la empresa impactan directa o indirectamente en la satisfacción del cliente.
- 3. Storytelling.** Herramienta para transmitir cultura, crear compromiso y generar nuevos clientes.
- 4. Estándares de calidad.** Criterios para tomar decisiones que permiten que los miembros de la empresa comprendan qué es lo más importante en la experiencia. (Las 5 llaves de la calidad de Disney son: seguridad, cortesía, inclusión, espectáculo y eficiencia.)
- 5. Actitud "modo actor".** Consciencia colectiva para separar lo que pasa detrás de bambalinas (backstage) de lo que hacemos en el escenario y generar el compromiso de un elenco teatral.
- 6. Liderazgo & empoderamiento.** Generación de líderes consistentes y coherentes más allá de su posición en la organización y prepararlos para tomar decisiones para las que no están preparados.
- 7. Diseño de la experiencia.** Para prestar un servicio excepcional se necesita trabajar en tres pilares: procesos, lugar y personas. Los procesos simplifican la toma de decisiones, la atención a los detalles del lugar hace la diferencia y las personas con la actitud correcta crean un contexto de servicio excepcional.
- 8. Puntos de contacto.** Journey map o mapa de puntos de contacto que muestra visualmente todos los momentos en los que la organización contacta con el cliente.
- 9. Recupero de servicio.** La forma en que nos recuperamos de una falla del servicio influye en la diferenciación. Hay que trabajar en la detección a tiempo de los errores y pedir perdón sincero a tiempo. Los errores son oportunidades de mejora. Por otro lado, la actitud de cada persona en la empresa ante una situación que no provocó es: "No tuve la culpa, pero es mi problema".

10. Innovación simple. Existe la innovación de los grandes proyectos y la de las cosas pequeñas que aportan gran valor al día a día. Aquí entra en juego el “you say, we listen”. La innovación va de abajo hacia arriba en las organizaciones.

Conexión emocional

Definitivamente, hay que invertir en cultura y actitud de servicio. Hay que enfocarse en reclutar bien, entrenar bien y retener bien. En el siglo XXI, la propuesta de valor más importante es lograr conexión emocional con los clientes. Si no se establece conexión emocional con los clientes, la satisfacción no vale de nada. Y, finalmente, a la hora de tomar una decisión, la emoción vale más que la razón.

Conclusión

Encontremos nuestro propósito, diseñemos nuestra cultura, sepamos cómo contar historias, diseñemos nuestros estándares, lideremos desde el ejemplo, diseñemos las experiencias porque no se crean por arte de magia, gestionemos los momentos en los puntos de contacto, recuperemos el servicio aun cuando un cliente nos plantee algo que no es nuestra culpa, y, por último, innovemos de forma simple para cambiar el mundo y, quizás, la vida de una persona a la vez.

¡INSCRIBETE HOY MISMO!

THE
SPRING
CONFERENCE

ADRIAN GOSTICK

LIDERANDO EN ENTORNOS DE CAMBIO

Cómo guiar a los equipos y las organizaciones para navegar la incertidumbre y ejecutar las transformaciones que requieren los tiempos actuales.



20 • MAYO • 2025



SOLUCIONES
IN-HOUSE

¡El crecimiento de su empresa
es nuestra meta!



- › Proyectos de acompañamiento transformacionales
- › Servicios de capacitación
- › Gestión de proyectos organizacionales
- › Servicios especiales
- › Digital Learning



Tel. (809) 542-0126 • informacion@intras.com.do



VIRTUAL EVENT

BEST OF THE BEST

LIDERAZGO POSITIVO

SPEAKERS

DÍA 1	DÍA 2
 <p>KICKOFF SESSION MARYAM VARELA El líder que sinergiza: Cómo potenciar la confianza, la colaboración y el respeto en los equipos y las organizaciones. Valoración del speaker: 4.8/5</p>	 <p>MORNING SESSION MARITA ABRAHAM Del liderazgo transaccional al liderazgo transformacional: Cómo habilitar, energizar y comprometer a las personas en el actual escenario. Valoración del speaker: 4.9/5</p>
 <p>MID-MORNING SESSION JOSÉ AGUILAR El Neoliderazgo: Paradigmas y competencias claves de liderazgo para un nuevo contexto. Valoración del speaker: 4.8/5</p>	 <p>CLOSING SESSION FRANCISCO JAVIER GALÁN Movilizando el talento: Cómo lograr resultados extraordinarios y sostenibles a través de las personas. Valoración del speaker: 4.8/5</p>

INFORMACIONES GENERALES

Fecha: 4 y 5 de noviembre, 2025

Horario: 9:00 a.m. a 12:15 p.m.

Plataforma: Zoom

Inversión: US\$ 395.00

¡INSCRÍBASE HOY!

(809) 542-0126 • info@intras.com.do • www.intras.com.do



CED

CERTIFICADO DE EDUCACIÓN DIRECTIVA

EN GESTIÓN DISRUPTIVA

EN EFICACIA DIRECTIVA

EN GESTIÓN COMERCIAL AVANZADA

EN DIRECCIÓN PARA EL ALTO DESEMPEÑO

EN DESTREZAS ESENCIALES DE COMUNICACIÓN

¿Qué son los CED?

Los CERTIFICADOS DE EDUCACION DIRECTIVA (CED) son programas de desarrollo ampliados creados para potenciar habilidades clave en liderazgo, estrategia y gestión empresarial. Los CED están concebidos para cubrir, de forma específica y focalizada, los temas de mayor impacto y relevancia en el mundo corporativo.

¡Inscríbese hoy!

(809) 542-0126 • informacion@intras.com.do • www.intras.com.do

¡Eleve sus conocimientos al próximo nivel!

Con las **Especializaciones** de INTRAS usted podrá:



Escoger tres *workshops* virtuales que sean de su preferencia dentro del listado de su Especialización.

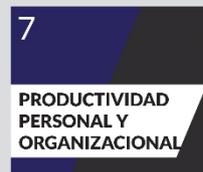


Formarse de la mano de nuestros prestigiosos aliados internacionales Gamelearn y WOBI.



Acceder a un *hub* de contenidos especiales compuesto por artículos, videos, entrevistas y otros materiales complementarios.

¿En qué tema desea usted hacer una Especialización?



¡Inscríbese hoy!

(809) 542-0126 • informacion@intras.com.do • www.intras.com.do

THE BOOKSTORE by INTRAS

Encuentre y adquiera estos libros de nuestros expertos en el stand de The Bookstore by INTRAS en este evento o en www.intrasbookstore.com



¡VISITE EL BOOK STAND DURANTE ESTE EVENTO!