

**Conseguir un
cliente nuevo
puede costar entre
5 y 7 veces más
caro que mantener
uno actual.**



Harvard business review

LAGU

@CARLOSLAGUNAP

**EN UN MERCADO
SATURADO,
LAS EMPRESAS
NO NECESITAN
MÁS LEADS FRÍOS:**

Necesitan fans que
recomienden, repitan
y defiendan la marca.

EN ESTA CONFERENCIA,



LAGU.

muestra cómo diseñar **experiencias memorables en cada punto de contacto** para que un cliente común se convierta en el mejor embajador de la marca.

En cifras

Un cliente **satisfecho**
le cuenta a

7 personas su
experiencia

Pero uno **insatisfecho**
puede compartirlo con más de

21



20%

de los fans
puede generar
hasta el

80%

de los ingresos
futuros

Empresas centradas en la
experiencia del cliente
alcanzan márgenes de
beneficio un

60%

más altos que
sus competidores



LAGU

@CARLOSLAGUNA.P





**¿QUIÉN
ES *Lagu?***

Carlos Laguna es Speaker EXMA.

Empresario hace 20 años, creador de CPC group.

Consultor de marketing experiencial para Mercedes Benz Colombia (actual).

Ingeniero industrial, especialista en negociación de Los Andes.

Creador de metodologías disruptivas que ya han impactado a más de 29.930 personas en LATAM y USA, revolucionando la manera en que empresas y líderes entienden la experiencia del cliente.

Ganador de 120 premios de publicidad.

¿Quién es LAGU?

Ha sido speaker y entrenador de equipos como:

Bancolombia, H&M, Pepsi, Davivienda, RCN, Nespresso Latam, Yanbal, Kimberly Clark Professional, Falabella, Parque Arauco, entre otros.

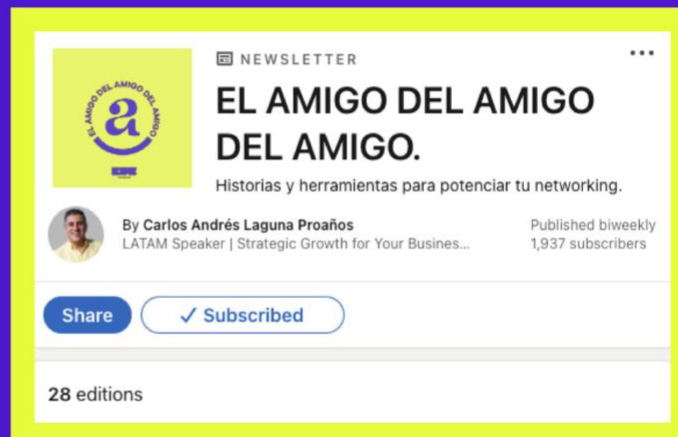
LAGU

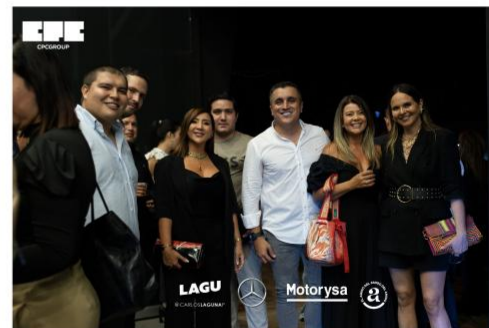
@CARLOSLAGUNAP



QUIENES LO LEEN:

Su comunidad en
LinkedIn aprende
de Networking
a través de su
Newsletter





FAN

Lagu cree en el poder de las relaciones a largo plazo y la co creación.

MAKERS



¿Qué **reciben tus clientes** el día del cumpleaños?

¿Cómo **gestionas las reseñas y recomendaciones de tus clientes** en plataformas digitales?

¿Quién **atiende tus chats y canales directos** un fin de semana festivo?

¿Cómo **llevan tus empaques al cliente** desde el OFF al ON?

¿Cuál es **tu tribu**?

¿CÓMO CONVERTIR CLIENTES EN FANS?

El cliente
perdona un
error, pero
jamás perdona
tu **actitud**
frente al error



LAGU

@CARLOSLAGUNAP

The LAGU logo is located in the top right corner. It consists of the word "LAGU" in a bold, white, sans-serif font, with a small white speech bubble shape at the end of the "U".

LAGU

@CARLOSLAGUNAP

DE CLIENTES A FANS

Es una experiencia que combina la energía arrolladora de Lagu con su trayectoria como consultor de marcas globales como Mercedes-Benz, Bancolombia y Kimberly-Clark.

En este entrenamiento, **tu equipo descubre cómo cada punto de contacto –antes, durante y después– se convierte en la llave para crear experiencias memorables.** Lagu enseña que todos, desde el back office hasta la primera línea, hacen parte de la vivencia del cliente.

El resultado: clientes que no solo compran, sino que se transforman en fans apasionados que recomiendan, defienden y multiplican el valor de tu marca.

¿Qué es el **ADD ON** **FACTOR?**

Es la metodología creada por Lagu para **diseñar experiencias completas en todos los puntos de contacto del cliente:**

ANTES

Expectativa
y seducción.

DURANTE

Experiencia
y conexión.

DESPUÉS

Memoria y
fidelización.

Formatos disponibles



CONFERENCIA MAGISTRAL:

45-90
minutos de
inspiración
y acción.



WORKSHOP EXPERIENCIAL:



½ día o full day
con equipos
para aterrizar
la metodología.

LAGU

@CARLOS LAGUNAP



CONSULTORÍA ESTRATÉGICA:

Acompañamiento
a la empresa
para rediseñar su
journey completo
de clientes.

LAGU

@CARLOSLAGUNAP

Estas
marcas ya
han vivido la
experiencia

LAGU.

 **Colsubsidio**

DAVIVIENDA

Banco de Bogotá 

 **Radio**


AMARILLO

 **Bancolombia**

ILUMINAR

 **Universidad de los Andes**
Colombia

 **LATINO**

 **BANORTE**


UTP
Universidad Tecnológica de Pereira


Pernod Ricard

 **mibanco**

 **H&M**

 **crehana**


CARACOL
RADIO

 **Efigas**
siempre

 **CHEVROLET CAMINOS**


UNIVERSIDAD EAFIT

 **FUNDACIÓN LUKER**


ESTILO
FUNDACIÓN DE MOVIMIENTO

 **Colsanitas**

 **Kimberly-Clark**
PROFESIONAL

 **YANBAL**

 **Renting**
Colombia


Compañía Nacional de Chocolates



BOLSA SANTIAGO


Espumilátex


Parque Arauco

 **Beable**
No es un juego


NESPRESSO


AREANDINA
Fundación Universitaria del Área Andina

 **Comfamiliar**
FUNDACIÓN DE MOVIMIENTO


falabella.


lip

 **Grupo nutresa**


PEPSI

“

En Mercedes-Benz Colombia tuvimos la oportunidad de llevarles a los líderes de la red de concesionarios la charla de Clientes a Fans, un espacio inspirador que nos mostró cómo con acciones sencillas las marcas pueden conectar consistentemente con sus clientes y generar experiencias memorables y coherentes en los momentos de verdad.



Catalina Gómez Maldonado

Head Of Marketing & Dealer Development for Mercedes-Benz Colombia

“

Con Carlos tuvimos una experiencia única de aprendizaje como equipo de BI North Latam de Kimberly Clark dado que la comunicación efectiva y con impacto es clave para los roles que desarrollamos dentro de la compañía. Mucha práctica, buen dinamismo, energía y adaptación a las necesidades del cliente (tiempo, locación, diversidad de grupo, nivel de cada uno).

*Kimberly-Clark

Nicolás Rodríguez

Kimberly Clark Professional

“

"La forma como Carlos transmite sus herramientas de innovación hace que el equipo quiera ser parte activa del proceso, su energía y habilidad para mantener el ritmo hace que los asistentes al entrenamiento saquen el máximo provecho de lo que parecieran ser herramientas muy robustas".

CARACOL
RADIO

Jorge Cabrales

Sale Manager Col Caracol Radio

“

La conferencia "De Clientes A Fans" con Carlos Laguna fue una experiencia enriquecedora. Deja reflexiones profundas sobre cómo poner al cliente en el centro y convertir cada interacción en un momento que inspire confianza y cariño por la marca. Gracias a su manera clara y cercana en como lo explica, me llevé ideas valiosas que inspiran a trabajar con más pasión por nuestros clientes en Brilla Efigas.

LAGU

@CARLOSLAGUNAP

Mauricio Morris Ospina

Coordinador de Mercadeo Brilla FNB Efigas

Brilla
Creciendo contigo

“

Vender no es un arte que se aprende una vez y ya está. Lagu demuestra que el mundo cambia constantemente y que, para no quedarnos atrás, debemos actualizar nuestros conocimientos y métodos. Los modelos antiguos deben quedarse en donde pertenecen: en el pasado.

Jaime Loaiza

Gerente de proyectos internacionales Herragro

HERRAGRO

Energía y conexión emocional: el público vive la experiencia y tiene contenido de valor enfocado en resultados.

¿POR QUÉ ELEGIR

Metodología probada:
Add-On Factor
implementado en
multinacionales y **PYMES**
con resultados reales.

Ejemplos prácticos y cercanos: cada historia aterriza la teoría en la realidad del público.

Transformación inmediata:
los equipos salen con
herramientas aplicables
desde el día siguiente.

A LAGU?

OTRAS CONFERENCIAS Y ENTRENAMIENTOS

CÓMO VENDER MÁS



Un entrenamiento de alto impacto donde los equipos comerciales aprenden a duplicar resultados con metodologías como SPIN Selling, Challenger Sale, neuroventas y técnicas modernas de cierre.

THE PITCH CHALLENGE



Una experiencia que enseña a equipos y líderes a comunicar con impacto en un minuto, con historias persuasivas y pitches memorables.

UX 360: MENTE DE LÍDER, CORAZÓN DE USUARIO



Una mirada innovadora a cómo crear experiencias memorables en cada interacción, combinando liderazgo, empatía y estrategia de usuario.



El cliente no es una venta, es una historia. Y si sólo apareces en el capítulo del pago, te perdiste lo mejor del libro.



CPCGROUP

CREATORS

TOOLKIT

LAGU



CPC | The
Glocal
Agency

yes
or not
data and research

iguales

www.carloslagunap.com



“Te entendí otra cosa”

Es un entrenamiento que enseña a los asesores comerciales a adaptar su comunicación según el tipo de cliente (DISC), logrando conectar mejor, resolver objeciones más rápido y aumentar las ventas.

- Tu** **equipo** **aprenderá:**
1. A encontrar los verdaderos intereses del cliente.
 2. Personalizar su speech comercial según DISC.
 3. Encontrar elementos en común para conectar