

Gerenciamiento de Equipos Comerciales

TEAM RELOADED

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
SANTIAGO TITIEVSKY

PROGRAMA
ABIERTO

DURACIÓN
1 MES

CURSADA
MARTES Y JUEVES
DE 19 A 21H

MODALIDAD
ONLINE CON ENCUENTROS
PRESENCIALES OPTATIVOS

Vivimos en un entorno cambiante, incierto, complejo... ¡vaya si lo hemos aprendido!

Las nuevas tecnologías ofrecen a las áreas de Comercial, Ventas y Experiencia del Cliente nuevos recursos y canales con potencialidades incalculables, pero también grandes y novedosos desafíos.

La transformación digital y cultural es una evidencia que no se puede desconocer, y nos exige un nuevo esquema de juego, un *jaque mate ganador* que contemple la nueva realidad.

En escenarios como el actual, llegar a las metas de ventas con una experiencia valorada, vivida por los clientes, requiere no solo de una estrategia comercial innovadora, repensada, sino también de una ejecución altamente efectiva.

Hoy más que nunca es clave entender, interpretar a los clientes/ consumidores y ajustar las propuestas de valor a sus necesidades. La adecuada definición de los canales de venta, donde prevalecen los *canales digitales*, su coordinación y sinergia con los *canales tradicionales*, es la clave. Ello junto con las métricas nos permitirán analizar el rumbo y las correcciones, elaborando un nuevo plan de ruta del gerente comercial.

El desafío consiste en asegurar una ejecución brillante, rigurosa y efectiva de la estrategia planteada. Para ello es imprescindible que los gerentes y dueños de empresas desarrollen sus competencias de liderazgo de equipos, apoyados en nuevos esquemas de gestión y *coaching* remoto y en el *home office*, además de incorporar metodologías de gestión efectivas, que no solo miren los resultados, sino también el proceso: la *sistemática comercial*.

Por último, para lograr los resultados buscados, estos dos pilares (estrategia y ejecución) deben ser monitoreados a través de todas las herramientas y tecnologías disponibles para realizar un seguimiento permanente que nos alerte de eventuales desvíos y nos permita corregirlos ágilmente.

Si no soy yo, entonces ¿quién? Si no es ahora, entonces ¿cuándo?



MÓDULO 1 | MARKETING Y VENTAS EN LA ERA DIGITAL

- › Modelos de negocios: *online*, *offline*, híbridos.
- › La trílogía ventas/*marketing*/sistemas de información.
- › Características del nuevo consumidor.
- › Mapas de empatía y la creación de propuestas de valor.

MÓDULO 2 | JAQUE MATE A LA VENTA TRADICIONAL

- › De la estrategia a la ejecución.
- › Cambios sociales, políticos, económicos, humanos... ¡La nueva realidad desconocida!
- › Cómo aprovechar este momento para convertir nuestra fuerza de ventas en lo que queríamos que fuera: digital y personal.
- › Capitalizando lo mejor que tienen los comerciales (contactos y conocimiento) a lo mejor de la tecnología (datos y escalabilidad).
- › De motivos de visita a relaciones continuas.
- › De competir contra el *e-commerce* a la omnicanalidad de una solución conjunta ganadora.
- › De vender a ayudar a satisfacer necesidades.
- › De tener en duda el puesto laboral a tener más futuro que nunca.
- › Modelo Meta 360°. Cómo construir una máquina de ventas.
- › Definición de modelos alternativos de ventas. El modelo de ventas *blended*.
- › Diseño de la estructura adecuada y *mix* de canales.
- › Manejo de *leads*. CRM.
- › Indicadores *online/offline*.

Sesión optativa presencial (duración: 3 horas). Se realizará una actividad de resolución de un caso en equipo y una de *team building* para estimular el *networking*.

MÓDULO 3 | DESARROLLO DE EQUIPOS ÁGILES DE ALTO RENDIMIENTO

- › Recomendaciones para construir un equipo de alto rendimiento.
- › ¿Qué es un equipo ágil?
- › La confianza como eje de las relaciones.
- › Motivar en tiempos de incertidumbre: mitos y realidades de las diferentes generaciones.

MÓDULO 4 | HERRAMIENTAS PARA ASEGURAR EL RESULTADO

- › La impecabilidad de la ejecución.
- › La definición del propósito.
- › KPI's vs. OKR's. Claves para lograr el compromiso hacia la acción y los resultados.
- › Modelos de trabajo ágiles. ¿En qué momento se usa la agilidad y cuándo el método de cascada?
- › *Management* global: las nuevas habilidades de un líder multicultural.

MÓDULO 5 | COACHING COMERCIAL EN LA PRÁCTICA

- › *Coaching* como disciplina para la mejora de la productividad. Tratamiento de colaboradores de alto, medio y bajo desempeño.
- › El *coaching* en la práctica: diagnóstico de colaboradores, elaboración de planes de acción correctivos, *feedback* y seguimiento.
- › Modelo de impacto presencial y remoto.

Sesión optativa presencial (duración: 3 horas). Se trabajará en la práctica de definición de OKR's y la aplicación del modelo de *coaching* presentado en la última sesión.

METODOLOGÍA

El programa presenta un enfoque práctico que combina clases en modalidad *online* en vivo con sesiones presenciales, no obligatorias, que fortalecerán las prácticas y el *networking*.

Los participantes podrán participar de ejercicios en salas (*breakout rooms*), discutir y resolver casos, y utilizar herramientas colaborativas.

Esto les permitirá adquirir nuevas herramientas para realizar mejoras inmediatas en sus negocios.

AUDIENCIA

El programa fue diseñado entre profesores de la Universidad Torcuato Di Tella y de universidades internacionales, y referentes de empresas líderes de América Latina. Está dirigido a profesionales del área comercial y de Marketing (gerentes, jefes y dueños) que buscan marcar la diferencia frente a sus competidores e impulsar sus resultados comerciales.

CUERPO DE PROFESORES

Santiago Titievsky. Posgrado en Marketing, IAE. Ha realizado el curso Implementando una Gestión de Servicios Revolucionaria (dictado por Harvard University). Socio, Alto Impacto Comercial (AIC). Director de los programas de Gerenciamiento de Equipos Comerciales y de Experiencia del Cliente en la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella. | **Mariela Karp.** Licenciada en Psicología, UBA. Especialista en Desarrollo de los Recursos Humanos, Coaching, Gestión del Cambio y Psicología Positiva, UP. Es profesora de Liderazgo y Negociación y Administración de Recursos Humanos, y de programas in company, ejecutivos y materias del MBA, UTDT. Coordina el Programa de Desarrollo de Habilidades Interpersonales del MBA. | **Sebastián Paschmann.** MBA, UADE Business School. Licenciado en Publicidad, UNLZ. Consultor de empresas en temas de *marketing*, gestión comercial y comunicación, especializado en estrategia digital. Fundador de Proteína Marketing y de El Salto. Director del programa de Marketing Estratégico y codirector del programa de Profesionalización de Empresas de Dueño, UTDT. | **Pablo Lucena.** MBA, UTDT. Consultor en Planificación Estratégica y Planeamiento Comercial. Ocupó posiciones de alta dirección en empresas internacionales líderes en servicios informáticos, consultoría y tecnología.