



CURSOS CORPORATIVOS

Temario

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ATENCIÓN AL CLIENTE	3
COMERCIALIZACIÓN.....	4
LIDERAZGO	5
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO	6
NEGOCIACIÓN	7
COLABORACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO	8
PROGRAMA MARKETING DIRECTO.....	9
VENTAS.....	10
ADMINISTRACIÓN EFECTIVA DEL TIEMPO.....	11
COMUNICACIÓN EFICAZ	12
REDACCIÓN CORPORATIVA.....	13
SEGURIDAD EN OFICINAS	14

ATENCIÓN AL CLIENTE

Objetivos

- Conocer las diferencias entre “atención al cliente” y “servicio al cliente”, y las habilidades fundamentales para optimizar cada una de estas funciones.
- Conocer los aspectos clave de la atención al cliente con el objetivo de incorporarlos como hábitos que forjen una cultura empresarial enfocada al consumidor.
- Incorporar y utilizar la atención al cliente como elemento fundamental de diferenciación.
- Conocer las herramientas indispensables para lograr una retroalimentación continua con el cliente, administrar las quejas y transformarlas en respuestas o acciones positivas o favorables para la empresa.

Temario

Módulo 1. Introducción.

- El concepto de cliente
- ¿Qué es la atención al cliente?

Módulo 2. Atención y servicio al cliente.

- El concepto Circular
- Dos caras de una misma moneda
- Las habilidades personales y las habilidades técnicas
- Claves para la atención al cliente

Módulo 3. El servicio y la orientación al cliente.

- Introducción
- Conceptos fundamentales
- Los momentos de la verdad
- Características de las empresas líderes en atención al cliente.

Módulo 4. Sistemas para añadir valor

- Administración de las relaciones con el cliente (CRM)
- Servicio post – venta
- Atención de queja

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Auto-asistido
- Equivale a 20 horas.

COMERCIALIZACIÓN

Objetivos

- Conocer los conceptos básicos del Marketing necesarios para entender las potencialidades competitivas de una empresa.
- Conocer los motivos inherentes a la decisión de compra y las conductas de compra en los diferentes mercados.
- Interpretar el mercado.
- Comprender las variables controlables dentro del marco de nuestro accionar comercial.
- Interpretar al consumidor para lograr una comunicación eficaz a través de los mensajes y el uso de medios eficaces.
- Conocer el potencial de la fuerza de ventas como medio para alcanzar el mercado objetivo

Temario

Módulo 1: Introducción al marketing.

- El marketing como filosofía y actividad.
- Los objetivos del marketing.
- Elementos fundamentales del concepto de marketing.
- Proceso de satisfacción de necesidades. La gestión del marketing en la empresa.

Módulo 2: Entorno y herramientas de diagnóstico.

- El entorno. Introducción.
- El Microentorno de Marketing. Necesidad de información del micro entorno. Interacción con clientes proveedores, empleados y competencia. Importancia de la información del microentorno para elaborar diagnósticos comerciales.
- El Macroentorno de Marketing. La dimensión global del entorno externo. La vigilancia o monitorización del entorno.
- Herramientas de diagnóstico. Modelo FODA, Cruz de Porter Motor de Crecimiento.

Módulo 3: Mercado- Consumidor- Estrategia Comercial-

- El mercado. Concepto. Clasificación.
- Comportamiento del consumidor.
- Decisiones de compra. Motivación. Percepción.
- Curva de aprendizaje.
- Análisis de las necesidades.
- Comportamiento de compra de las diferentes organizaciones. Estrategia Comercial. Matriz de Ansoff. Concepto general, aplicación.

Módulo 4: Marketing Mix

- Producto
- Precio
- Promoción
- Fuerza de Ventas
- Distribución

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Auto asistido
- Equivale a 30 horas

LIDERAZGO

Objetivos

- Reconocer las fases de formación, tormenta, normalización y productividad de un equipo y cómo actuar en cada una de ellas.
- Desarrollar la habilidad de identificar los roles dentro de un equipo para poder utilizar las mejores capacidades de cada persona.
- Practicar el estilo de dirección apropiado a cada situación.
- Desarrollar habilidades para: delegar, tomar decisiones y resolver problemas.
- Comprender las características de un equipo eficaz: habilidades, objetivos comunes, implicación y responsabilidad, comunicación
- Utilizar las últimas tendencias en motivación, sus componentes y acciones que se pueden emprender para mejorar la satisfacción del empleado.
- Conocer métodos de evaluación del rendimiento y desarrollo de las personas.

Temario

Módulo 1: Aspectos Legales de la Gestión de RRHH

- Convenios Colectivos de Trabajo
- Contratos de Trabajo: legalidad, variantes
- Salarios: constitucionalidad y defensa legal
- Relaciones sindicales
- ART: obligatoriedad, situación actual. Casos prácticos: Jurisprudencia
- Jubilaciones - Despidos e indemnizaciones: procedimientos

Módulo 2: Dirección de equipos

- Funciones en la dirección de equipos
- Rol del líder en la dirección de equipos
- Inteligencia emocional y emociones
- Proceso de dirección de equipos
- El concepto de empowerment

Módulo 3: Organización del trabajo

- Los 7 hábitos de Covey - Comunicación efectiva
- Modelo de conversaciones – Reuniones

Módulo 4: Conflicto y Toma de decisiones

- Análisis y resolución de conflictos - Toma de decisiones (definición)

Módulo 5: Coaching en la empresa

- Coaching de Colaboradores
- Evaluación de desempeño
- Desarrollo y formación de colaboradores
- Motivación y planes de incentivos

Módulo 6: Recursos metodológicos del programa de entrenamiento

- Role Plays - Trabajo en grupo y KPSS
- Trabajo con casos de clientes reales

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 30 horas.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO

Objetivos

- Comprender y aplicar conceptos generales de planificación estratégica.
- Conocer los elementos e interrelaciones del proceso de toma de decisiones y dirección estratégica.
- Deberá ser capaz de crear y definir los siguientes conceptos: visión, misión, objetivos estratégicos, estrategia, y su correspondiente desagregación.
- Identificar los tipos y alternativas estratégicas.
- Conocer y aplicar la herramienta FODA.

Temario

Módulo 1: Conociendo la planificación estratégica del negocio

- Conociendo la planificación estratégica del negocio en cuatro pasos
- Primer paso
- Segundo paso
- Tercer paso
- Cuarto paso
- Materiales fuente

Módulo 2: Ir hacia el Cliente

- Planteo del problema.
- Diseño de la investigación. Abordajes cualitativo y cuantitativo
- Definición del Universo objetivo
- Muestras cualitativas y cuantitativas
- El estudio cualitativo y la técnica de indagación
- Diseño de la entrevista en profundidad
- El análisis cualitativo
- Introducción al análisis de datos secundarios

Módulo 3: Conociendo la Planificación Estratégica del Negocio en Cuatro Pasos Efectivos.

Primer Paso

- Describir el mercado y el papel de la empresa
- Establecer o confirmar la visión de la empresa
- Identificar los factores críticos de éxito

Segundo Paso

- Desarrollar indicadores, relaciones de causalidad y equilibrio
- Establecer el cuadro de mando y desglosarlo por unidad organizativa

Tercer Paso

- Formular metas y establecer un plan de acción

Cuarto Paso

- Características de un plan de negocio
- Estructura de un plan de negocio.

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 30 horas

NEGOCIACIÓN

Objetivos

- Identificar situaciones conflictivas y conocer comportamientos y reacciones habituales ante ellas.
- Conocer las diversas formas de solucionar un conflicto.
- Conocer, identificar y manejar los diferentes estilos de negociación para aplicarlos a situaciones cotidianas como el manejo con clientes, empleados, proveedores, etc.
- Conocer las claves de la comunicación y su uso en los procesos de negociación.

Temario

Módulo 1: El conflicto

- El conflicto y sus derivaciones
- Concepto – Orígenes – Motivos
- Comportamientos y reacciones

Módulo 2: La negociación

- ¿Cómo resolver un conflicto? (los M.A.R.C)
- Introducción a la negociación
- ¿Qué es la negociación?
- El interés y la posición

Módulo 3: Los componentes básicos de la negociación

- Sujetos negociables: ¿Quiénes son los que negocian?
- Materia negociable: ¿Qué se negocia?
- Lugar de realización: ¿Qué se negocia?
- Pilares de la negociación

Módulo 4: El método para negociar

- Introducción
- Recomendaciones para aplicar el método
- Los intereses
- El M.A.A.N

Módulo 5: Estilos de negociación

- Estilo Americano
- Estilo Japonés
- Estilo Árabe
- Estilo Europeo

Módulo 6: Habilidades de los negociadores

- Las trampas y trucos en la negociación cara a cara
- Tipos de trampas y trucos en la negociación
- Tácticas para enfrentar las trampas y trucos
- La negociación virtual

Módulo 7: Otros M.A.R.C (mediación y el arbitraje)

- La mediación - El arbitraje

Módulo 8: La comunicación

- La comunicación: corazón de toda negociación
- Axiomas de la comunicación
- La escucha activa
- Clases de preguntas.

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 20 horas

COLABORACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO

Objetivos

- Comprender las diferencias entre equipo y grupo
- Conocer las características y elementos que componen un equipo eficaz
- Conocer cómo planificar y organizar el trabajo en equipo

Temario

Módulo 1: Trabajo en equipo

- Definición de trabajo en equipo: diferencia entre equipos y grupos de trabajo
- Características y habilidades del equipo de trabajo
- Ejes de desarrollo, roles y procesos de la constitución del equipo de trabajo
- Condiciones y técnicas para favorecer el trabajo en equipo
- Ventaja del trabajo en Equipo
- Las 3 bases del trabajo en Equipo
- -Colaboración - Sinergia - Confianza

Módulo 2: Equipos de alto desempeño

- Introducción
- Definición
- Características y factores del equipo de alto desempeño
- Las 5 C
- Etapas de formación de un equipo de alto desempeño
- Logros de un equipo de alto desempeño
- Colaboración y motivación, elementos claves del alto rendimiento (Diagnostico del nivel de motivación, aplicación de acciones de motivación)

Módulo 3: Comunicación

- Definición y elementos del proceso
- Aspectos de la comunicación – contenidos/relación
- Herramientas de la comunicación no verbal
- Habilidades requeridas para una comunicación efectiva
- Las 4 s de la comunicación Concepto y planificaciones de reunión de trabajo (Reunionitis, consecuencia de no planificar, etapas, manejo de situaciones difíciles)

Módulo 4: Liderazgo

- Caso Introdutorio - El sentido de Steve
- Definición
- ¿Que busca un líder?
- Mitos de liderazgo
- Liderazgo situacional
- Delegación (Definición, funciones, impacto, que y como delegar)

Módulo 5: Manejo de Conflictos

- Definición, detección y tipos de conflicto
- Causa de su aparición y dificultades para afrontarlo
- Relación estresante y tratamiento de las emociones negativas
- Negociación
- Definición, componentes y aspectos
- Modelo de negociación de la Universidad de Harvard (Esquema de solución de conflictos)

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 30 horas

PROGRAMA MARKETING DIRECTO

Objetivos

- Conocer los conceptos Asociado a Marketing Directo para comprender su potencialidad y alcance.
- Diferenciar acciones y estrategias asociadas a marketing de consumo masivo y a marketing de relación.
- Comprender la importancia de la construcción de relaciones duraderas con el cliente.
- Comprender e interpretar los datos obtenidos de una base de datos.
- Comprender los procesos y planes de fidelización al cliente y su impacto en los resultados comerciales.
- Interpretar al consumidor para lograr una comunicación eficaz a través de los mensajes y el uso de medios eficaces.
- Conocer el potencial de cada herramienta asociada a Marketing Directo, su alcance, ventajas y desventajas de las mismas.

Temario

Módulo 1: Marketing Directo

- Marketing Directo, Concepto.
- Diferencias con el marketing orientado al consumo masivo.
- Ventajas de implementación de sistemas de marketing directo. Concepto de marketing directo integrado

Módulo 2: Base de datos- Foco en el cliente- Marketing Relacional

- Bases de datos, Concepto.
- Importancia de las bases de datos para la buena implementación de sistemas de Marketing directo.
- El marketing directo, el uso de bases de datos y su relación en el proceso de fidelización de clientes.
- La estrategia empresarial con foco en el cliente. Concepto e importancia del Marketing Relacional en la segmentación de mercados meta.

Módulo 3: Elección de canal

- Importancia de la elección del canal.
- Medios de implementación de Marketing directo Uso de catálogos y correo tradicional.
- Telemarketing, Concepto y aplicación.
- Marketing directo a través de internet. Retos del marketing directo a través de Internet.

Módulo 4: Plan de Marketing

- El Plan de Marketing, su importancia. Elementos. Estructura. Pasos en la elaboración del Plan de Marketing. Presentación del plan de marketing. Consejos para presentaciones escritas.

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 30 horas

VENTAS

Objetivos:

- Incorporar conocimientos generales de la función “ventas”: qué es la venta, los tipos de venta, los tipos de vendedores, etc.
- Incorporar conocimientos específicos y prácticos de la función “ventas” (proceso o etapas de una venta) con la finalidad de aplicarlos en las relaciones diarias con clientes, consumidores y compradores.
- Incorporar conocimientos relativos al gerenciamiento del área de ventas, con la finalidad de aplicarlos a funciones como su organización, la planificación de visitas, el establecimiento de objetivos, la realización de proyecciones, y la implementación de acciones puntuales de ventas

Temario:

Módulo 1: Introducción

Módulo 2: Tipos de ventas

- Según el interés del cliente
- Según la herramienta a utilizar

Módulo 3: Tipos de vendedores

- Vendedores industriales y comerciales, vendedores a consumidores finales, vendedores especialistas y técnicos, vendedor del mercado exterior, vendedor contacto

Módulo 4: Pasos de una venta personal

- Búsqueda y conocimiento del cliente. Planificación del acercamiento previo
- Concertar la entrevista. Preparación de la entrevista
- La preapertura, la indagación, la argumentación. El manejo de objeciones. El cierre de ventas

Módulo 5: Análisis y organización de la fuerza de ventas

- ¿Cómo saber si son rentables los clientes claves y los vendedores?
- Organización geográfica, por producto, por tipo de cliente y por canal de distribución

Módulo 6: Planificación de la fuerza de ventas

- Determinación del tamaño de la fuerza de ventas. Administración del territorio
- Proyecciones de ventas. Los objetivos de la fuerza de ventas
- Tácticas para incrementar las ventas. Las tareas del vendedor

Módulo 7: El Telemarketing

- Sus funciones - Complementación – Apoyo. El reemplazo de las ventas personales
- Servicio al cliente
- Planificación y puesta en práctica. Establecimiento de un centro de telemarketing
- La selección del mercado meta, equipo y accesorios telefónicos
- El desarrollo de guiones efectivos - elementos clave
- La selección y la capacitación del personal. La compensación del personal
- Ocho factores cruciales para el éxito

Módulo 8: CRM

Módulo 9: La Dirección de ventas

- La gerencia de ventas: clave para una gestión exitosa. ¿Cómo contar con el mejor gerente de ventas?
- La responsabilidad de la gerencia de ventas. La gestión exitosa de equipos de ventas

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 20 horas

ADMINISTRACIÓN EFECTIVA DEL TIEMPO

Objetivos

- Diferenciar las cuestiones “importantes” de aquellas “urgentes” con la finalidad afectar efectivamente el recurso “del tiempo”.
- Conocer e interiorizar herramientas concretas para el manejo efectivo del tiempo y para la planificación de actividades.
- Hacer del manejo efectivo del tiempo un hábito para mejorar la productividad y el rendimiento.

Temario

Módulo 1: ¿Por qué nos falta tiempo?

- La falta de tiempo: ¿Problema o síntoma?
- Formas de considerar el tiempo
- Los enfoques tradicionales de administración del tiempo
- Lo urgente y lo importante
- Cambiando nuestros hábitos

Módulo 2: Herramientas para el manejo efectivo del tiempo

- Permanecer siempre en el presente
- Mantener bajo control los cuatro consumidores del tiempo
- Reservar tiempo para estar solos
- Dominar el arte de decir NO
- Dominar el arte de la delegación
- Ocupar el tiempo muerto

Módulo 3: Aprender a planificar

- Diez consejos claves para la administración del tiempo
- ¿Cómo planificar?: La planificación semanal y mensual

Módulo 4: Las reuniones y la administración del tiempo

- Mitos y realidades de las reuniones
- No se equivoque de reunión: un intento por clasificarlas
- El enfoque participativo en las reuniones
- Claves para celebrar reuniones exitosas

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 20 horas de cursado.

COMUNICACIÓN EFICAZ

Objetivos

- Conocer las diferentes formas de comunicación interna y adquirir dimensión de la importancia de la misma en toda empresa u organización
- Conocer las diversas herramientas de comunicación interna, para su uso o aplicación cotidiana en la empresa
- Conocer aspectos claves o de éxito para optimizar la comunicación interna en la empresa
- Adquirir conocimientos relativos a la planificación de la comunicación interna con la finalidad de diseñar acciones de comunicación sustentables en el tiempo

Temario

- Introducción
- El valor de la comunicación interna
- Fundamentos teóricos de la comunicación interna
- Participación: La piedra angular
- Los públicos de la comunicación interna
- La comunicación descendente
- La comunicación ascendente
- La comunicación horizontal
- La comunicación formal y la comunicación informal
- Herramientas de la comunicación interna
- Comunicación escrita
- Comunicación masiva
- Las redes de la comunicación
- Claves para lograr una comunicación eficaz en las empresas
- El plan de comunicación interna
- La Intranet como recurso para la comunicación interna
- La comunicación interna y externa como sistemas interdependientes
- Conclusión: Comunicar es invertir

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 10 horas de cursado

REDACCIÓN CORPORATIVA

Objetivos

- Conocer los conceptos básicos de construcción de la oración y de la redacción.
- Adquirir reglas claras y sencillas para escribir un mail, una carta, un memo, un paper y un informe con seguridad y precisión.
- Aprender a detectar y subsanar los errores más comunes que se cometen al tratar de informar algo por escrito.
- Aprender a auto corregir lo elaborado, con técnicas ortográficas y de redacción simple y accesible.

Temario

Módulo 1

- Lo que hay que saber antes de comenzar a escribir.

Módulo 2

- Lo que no hay que hacer cuando se redacta.

Módulo 3

- Puro cuento: verbos y preposiciones.

Módulo 4

- Los primos: sujeto, verbo y predicado.

Módulo 5

- Los gerundios son antipáticos.

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 5 horas de cursado.

SEGURIDAD EN OFICINAS

Objetivos

- Incorporar conocimientos básicos y fundamentales de prevención de accidentes en el trabajo
- Detectar riesgos
- Saber qué se debe hacer y qué no para minimizar los riesgos
- Comprender que la seguridad en el ambiente de trabajo es una tarea diaria de todos

Temario

- Prevención de accidentes
- Identificación de riesgos
- Tips de seguridad
- Levantamiento manual de cargas
- Ergonomía

Modalidad

- Totalmente Online sobre plataforma LMS
- Autoasistido
- Equivale a 1 hora de cursado.