

Gerenciamiento de Equipos Comerciales

CLAVES PARA LA ACELERACIÓN DE LOS NEGOCIOS

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
SANTIAGO TITIEVSKY

PROGRAMA
ABIERTO

CURSADA
MARTES Y JUEVES
DE 18 A 21H

MODALIDAD
ONLINE CON ENCUENTROS
PRESENCIALES OPTATIVOS

Las nuevas tecnologías como la IA (inteligencia artificial), blockchain, internet de las cosas, realidad aumentada y otras, ofrecen a las áreas Comercial, de Ventas y de Experiencia del Cliente nuevos recursos y canales con potencialidades incalculables, pero también con grandes y novedosos desafíos.

La transformación digital y cultural nos exige un nuevo esquema de juego, un jaque mate ganador que contemple la nueva realidad. Hoy más que nunca es clave entender e interpretar a los clientes/ consumidores y ajustar las propuestas de valor a sus necesidades.

La adecuada definición de los canales de ventas, poniendo una especial mirada en los canales digitales y su coordinación y sinergia con los canales tradicionales, es la clave. Ello junto con una adecuada utilización del Data Centric nos permitirán analizar el rumbo y las correcciones, elaborando un nuevo plan de ruta del gerente de Negocios.

No podemos perder de vista que del ADN de los negocios no cambió. En este sentido, 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 apoyándose en nuevos esquemas de gestión y coaching híbrido, además de incorporar sistemática comercial (tradicional + digital) que los llevará a mirar no sólo resultados, sino las palancas que los generan.

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.

Estamos viviendo una gran transformación que nos desafía a cambiar nuestro mindset e incorporar nuevas herramientas.

¡Es hoy, es aquí!

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1 | JAQUE MATE A LA VENTA TRADICIONAL

De la estrategia a la ejecución

- › El entorno VUCA y su impacto en la Dirección Comercial.
- › La transformación comercial, cultural y digital en los negocios. Modelos, experiencias, tendencias. Qué sucede en los países de la región vs. el mundo desarrollado.
- › Inteligencia artificial (ChatGPT), design thinking, metodologías ágiles para desarrollar innovación quick.
- › Construir un modelo comercial híbrido: tradicional más digital.
 - * 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.
- › Modelo Meta 360° - Cómo construir una máquina de ventas.
- › Diseño de la estructura adecuada y mix de canales.
- › Generación y manejo de Leads. CRM.
- › Indicadores on/offline.

Sesión optativa presencial

Duración 3h

Se dividirá esta sesión en 2 partes:

1. Actividad de resolución de un caso previamente enviado para resolver en equipo.
2. Actividad de team building para estimular el networking.

MÓDULO 2 | MARKETING Y VENTAS EN LA ERA DIGITAL

- › Conceptos de marketing en la era digital.
- › Marketing centrado en las personas.
- › Cómo se construye el valor.
- › Del producto a la experiencia del cliente.

MÓDULO 3 | ANÁLISIS DE DATOS

- › Construcción de datos como un activo estratégico para los negocios del futuro.
- › La importancia de aplicar una gestión Data Centric en la dirección comercial.
- › Analíticas del Negocio y modelos de predicción comercial.
- › Tecnologías data driven para la gestión de ventas.
- › Big data en el día a día de la estrategia comercial: nuevos datos, nuevas herramientas y plantillas de valor.
- › Nuevas fuentes de datos no estructurados.
- › Herramientas para datos no estructurados.
- › Disponibilidad de las herramientas.

MÓDULO 4 | MODELOS DE VENTAS (4 H)

- › El vendedor tradicional vs. el vendedor híbrido. Competencias necesarias, evolución. Perfil.
- › La omnicanalidad del vendedor en la práctica.
- › La elaboración del Buyer Journey Map.
- › Venta consultiva B2B, venta por provocación. Componentes, situaciones de uso, etapas de cada modelo.

MÓDULO 5 | HERRAMIENTAS PARA ASEGURAR EL RESULTADO

La impecabilidad de la ejecución

- › La definición del propósito.
- › Pasos para construir equipos de alto rendimiento.
- › La creación de la confianza con el mix de generaciones.
- › El combustible emocional.
- › KPI's vs. OKR's. Claves para lograr el compromiso a la acción y los resultados.

- › Modelos de trabajo ágiles. En qué momento va la agilidad y cuándo el método de cascada?
- › Management global: las nuevas habilidades de un líder multicultural.

Coaching comercial híbrido, en la práctica

- › Los esquemas de control: el mindset del líder tradicional vs. el moderno. Enfoque requerido por el mercado.
- › 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 3h

Se trabajará en la práctica de definición de OKR's y la aplicación del modelo de coaching presentado en la última sesión.

La UTDT se reserva el derecho de modificar los módulos, sus contenidos y los profesores, garantizando la calidad de los mismos.

CUERPO DE PROFESORES

Santiago Titievsky. Posgrado en Marketing, IAE. Posgrado en Marketing Estratégico, UBA. Se ha perfeccionado en Modelo de Negocios, Ventas, Conducción de equipos, Coaching Gerencial, Experiencia Cliente, entre otros. Ha realizado el curso Implementando una Gestión de Servicios Revolucionaria (dictado por Harvard University). Socio, Alto Impacto Comercial (AIC). Director del Programa de Gerenciamiento Comercial en la Escuela de Negocios de la UTDT | **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. Se desempeña como coordinadora del equipo de coaches en el MBA de la UTDT. | **Sebastián Paschmann.** MBA, UADE. Lic. en Publicidad, UNLZ. Director y consultor de empresas en marketing estratégico, con más de 20 años de experiencia en digital. Cofundador de Proteína Marketing, Epopeya Studio y El Salto. Director del programa de Estrategia y Gestión de Contenidos Digitales, UTDT. | **Pablo Lucena.** MBA, UTDT. Executive Director at Thor Management Consulting. Ha desempeñado posiciones de alta dirección en empresas internacionales líderes en servicios informáticos, consultoría y tecnología. Posee amplia experiencia en el desarrollo e implementación de Planes Estratégicos de Transformación tanto en el sector público como en el privado. | **Federico Rosenhain.** Lic. en Informática, UP. Cuenta con una especialización en Ciencia de Datos, Universidad Austral, y una certificación en Big Data, MIT. Por más de 20 años se ha desempeñado en diversas áreas, tanto técnicas como de negocio, aportando experiencia y liderando equipos de Big Data, Data Science, Analytics y Transformación Digital.

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 serán estimulados a la participación con los profesores y sus colegas a través de ejercicios en salas (breakout rooms), discusión y resolución de casos, intercambios de experiencias con invitados, utilización de herramientas colaborativas, entre otros. Las dinámicas empleadas y los contenidos tratados permiten a los participantes adquirir nuevas herramientas, de rápida aplicación, que les permitirán realizar mejoras inmediatas en sus negocios. Se incorpora además el desarrollo de una guía de autodiagnóstico del negocio para que los participantes resuelvan previo al comienzo del programa y, de esa manera, comenzarán a implementar lo aprendido en sus propios negocios, trabajando en equipo con colegas. Luego del programa, se llevarán su hoja de ruta para implementarlo.

AUDIENCIA

El programa fue pensado y diseñado, en conjunto, entre directores y profesores de la Escuela de Negocios de la Universidad di Tella, Escuelas de Negocios Internacionales, referentes de Empresas Líderes de Argentina, Perú y Colombia, y está dirigido a aquellos 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: responsables comerciales; responsables de ventas; responsables de gestión de clientes; responsables de operaciones y canales; responsables de retail; responsables de desarrollo de negocio, key account managers, consultores del área comercial y de marketing, dueños y gerentes de pymes.

Informes

☎ (+54 911) 3919 0747

☎ (+54 11) 5169 7342

✉ admisiones_negocios@utdt.edu