

Agilidad para Equipos de Ventas de Alto Rendimiento

EL RESETEO DE LOS MODELOS COMERCIALES

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
SANTIAGO TITIEVSKY Y
XIMENA GAUTO ACOSTA

PROGRAMA
ABIERTO

DURACIÓN
2 SEMANAS

CURSADA
LUNES Y MIÉRCOLES
DE 9 A 11H (ONLINE)

VIERNES DE 9 A 13H
(PRESENCIAL)

MODALIDAD
BLEND

Estamos en un momento de cambio dinámico. La constante evolución de un entorno cada vez más complejo, competitivo y desafiante interpela hoy a compañías y directivos a diferenciarse y a ser creadores de valor en forma permanente y en ciclos cortos. Y esto será posible no sólo a través de la permanente innovación en sus productos y servicios, sino especialmente a través del desarrollo de equipos de ventas de alto rendimiento, motores indispensables para la recuperación de la actividad de las empresas en esta pospandemia.

Aquellas organizaciones que logren situar a los clientes en el centro de su atención, desarrollen un profundo conocimiento sobre sus necesidades actuales y futuras, y construyan su modelo de ventas a partir de la transformación de sus equipos comerciales, aplicando mindset y metodologías ágiles en toda la fase de pensamiento, desarrollo y ejecución de dichos modelos, fortalecerán su posición competitiva en el mercado y potenciarán sus cifras de ventas.

Para ello, es necesario formar un nuevo tipo de líderes en el área de ventas que puedan enfrentarse a estos retos con capacidad para definir las estrategias comerciales oportunas adaptadas a esta "nueva normalidad". Líderes catalizadores que creen condiciones de seguridad psicológica dentro de sus equipos para fomentar el aprendizaje y la colaboración. Líderes con el equilibrio adecuado entre mindset y herramientas de ventas para construir equipos ágiles capaces de dar la milla extra que requiere el presente.

A través del presente programa, les proponemos desarrollar competencias y habilidades que podrán aplicar de forma inmediata, enfocarnos en lo importante: definir un nuevo esquema de juego ya que las condiciones han cambiado. Es decir, les proponemos repensar el negocio y armar un jaque mate ganador a la venta tradicional... y transformar sus equipos comerciales en equipos ágiles, incorporando nuevas herramientas de gestión que les permitirán triunfar en este nuevo paradigma. De esta manera nos movemos del juego finito de los resultados de corto plazo hacia los juegos infinitos del resultado sostenible. Sabemos que las organizaciones de hoy no sólo juegan juegos que se pueden ganar, también participan en juegos infinitos con muchas tareas diferentes al mismo tiempo; diversos recursos y demandas de habilidades; conexiones globales y virtuales; plazos ajustados, objetivos emergentes; reglas en evolución.

El desafío consiste en crear estrategias adaptativas que evolucionen cada vez que sea necesario y asegurar una ejecución brillante, rigurosa y efectiva de la estrategia planteada. Para ello es imprescindible desarrollar competencias a partir de nuevos esquemas de liderazgo remoto y con equipos virtuales multiculturales world class, además de incorporar efectivas metodologías de gestión, que pongan el foco en los resultados y también en el proceso.

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

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1 | JAQUE MATE A LA VENTA TRADICIONAL. NUEVOS APRENDIZAJES DEL MUNDO DE LAS VENTAS

2 CLASES VIRTUALES

- › La reconversión de los modelos de negocios: el *mix* equilibrado entre lo digital y lo personal.
- › El nuevo consumidor pospandemia.
- › ¿La muerte del modelo presencial de ventas?
- › El modelo de ventas a desarrollar: ¡el vendedor *blended*!
- › Del modelo de ventas tradicional al modelo de provocación de ventas omnicanal.

MÓDULO 2 | LA CONSTRUCCIÓN DE UNA MAQUINARIA DE VENTAS

1 CLASE PRESENCIAL

- › Las ventas en el siglo XXI: ¿preparados para adaptarnos? Modelo Meta 360°.
- › Transformación digital: Analytics + Leads+ Gestión de canales = IMPACTO.
- › Análisis de un caso de negocio: Zara, un modelo integrado de tienda presencial y venta *online*.
- › Los desafíos de la tecnología en la comunicación remota. Teams, Zoom, Google Meet, Skype, WhatsApp, Instagram, Facebook, *mails*, teléfono...
- › Definición de indicadores de gestión: KPIs de resultado y explicativos (palancas de gestión).
- › Aprender del error. Cambia el modelo, cambian los clientes, cambian las metas, cambian los productos. ¿Sirve el mismo sistema de incentivos, creado para otro contexto?

MÓDULO 3 | PRINCIPIOS DE LA AGILIDAD Y ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS

2 CLASES VIRTUALES

- › Introducción a la agilidad, conceptos fundamentales.
- › Contexto VUCA, BANI, organización ambidiestra.
- › *Mindset* ágil y valores.
- › Juego infinito, desarrollar organizaciones resilientes.
- › Estrella de la estrategia ágil, guía de diseño de estrategias adaptativas.
- › Human System Dynamics, estrategias adaptativas.
- › Framework HSD, cómo tomar decisiones y actuar, incluso cuando no podemos predecir ni controlar nada en nuestro mundo.
- › Acción adaptativa, aprendizaje en acción. *Pattern spotter*, ver patrones, no problemas, y crear nuevas opciones de acción.
- › *Inquiry*: en el mundo emergente e impredecible de los sistemas complejos, la indagación es la única forma de avanzar, las respuestas tienen una vida útil corta, una buena pregunta puede durar toda la vida.

MÓDULO 4 | EXPERIENCIA DE CLIENTE, CUSTOMER JOURNEYS, CUSTOMER BUYER JOURNEY

1 CLASE PRESENCIAL

- › Cómo instrumentar una cultura centrada en el cliente.
- › El cliente vs. nuestra soberbia.
- › Tendencias actuales en la gestión del cliente: un nuevo entorno de negocios.
- › El marketing de experiencias: ¿qué es Experiencia de Cliente (CX)?
- › Enfoque tradicional vs. CX
- › Midiendo y entendiendo la CX en tiempos post-COVID-19.
- › Segmentación del producto y personalización.
- › Principios de diseño del *customer journey*.
- › Análisis del *customer journey*: momentos “mágicos” y “miserables”.
- › Caso práctico: taller de *customer journey* de una empresa seleccionada.
- › Ejemplos para reír (y llorar también) sobre cómo las empresas atienden al cliente.

MODULO 5 | ¡LOGRAR RESULTADOS INDIVIDUALES Y GRUPALES EXTRAORDINARIOS!

1 CLASE PRESENCIAL

- › Gestión de equipos virtuales.
- › Seguridad psicológica para crear entornos profundamente inclusivos que aceleran el aprendizaje, aumentan la contribución y estimulan la innovación.
- › Coaching Blended como disciplina para la mejora de la productividad. Tratamiento de colaboradores de alto, medio y bajo desempeño.
- › Coaching Comercial como acelerador de resultados. *Mix* entre lo remoto y lo presencial. Tratamiento de colaboradores de alto, medio y bajo desempeño.
- › La motivación en el día a día.
- › El logro de achicar la dispersión en los resultados con un equipo que se la crea y haga cosas diferentes.

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

MARKETING Y VENTAS

METODOLOGÍA

El programa presenta un enfoque práctico que combina clases en vivo, casos reales de empresas, resolución de ejercicios en forma grupal. Esta dinámica permite a los participantes adquirir nuevas herramientas para la gestión de la actividad comercial y ofrece la oportunidad de compartir experiencias y crear contactos profesionales.

Bonus track:

En algunas sesiones recibiremos la visita virtual de gerentes de empresas, quienes comentarán sus casos. Los participantes tendrán un espacio de preguntas y respuestas *online*.

AUDIENCIA

El programa fue pensado y diseñado, en conjunto, entre directores y profesores de Escuelas de Negocios internacionales, referentes de empresas líderes de la región, con el fin de brindar herramientas a los gerentes, jefes y dueños que asumen responsabilidades y quieren mejorar la gestión comercial de sus empresas: responsables comerciales, responsables de Ventas, de Gestión de Clientes, de Operaciones y Canales, de Retail, de Desarrollo de Negocio, y dueños y gerentes de pymes.

CUERPO DE PROFESORES

Santiago Titievsky, Posgrado en Marketing, IAE Director, Alto Impacto Comercial (AIC). Ha realizado el curso Implementando una Gestión de Servicios Revolucionaria (dictado por Harvard University). 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. Especialista en Desarrollo e Implementación de Modelos de Gestión Comercial, con foco en impacto en resultados. Creador del Modelo Meta 360o, aplicado por organizaciones líderes en diferentes países. Desarrolló e implementó modelos de gestión comercial en BCP, Mibanco, Hoteles Westin, Entel, Interseguros, Loma Negra, Banco Macro, Coca Cola Femsa, entre otras empresas.

Ximena Gauto Acosta, Diseñadora Gráfica, Universidad de Palermo. Posgrado en Gerenciamiento de PYMES, UADE. Agile Coach. Cynefin Practitioner. Lean Change Management Certified. Cofundadora de Agile Cooking, que desde 2016 acompaña a empresas, equipos y personas en el camino de la agilidad en toda Latinoamérica. Algunos de sus clientes son Natura, Banco Supervielle, Naranja, Ab Inveb, Invertir OnLine y Avon. Da clases en el Executive MBA y en el área de Educación Ejecutiva de la Escuela de Negocios UTD T, donde dirige el programa Estrategia 3.0 y Agilidad de Negocios.

Informes

☎ (+54 911) 3919 0747

☎ (+54 11) 5169 7342

✉ admisiones_negocios@utdt.edu