

utdt.edu/educacionejecutiva

NUEVOS NEGOCIOS: MODELO DE ACELERACIÓN DE VENTAS

DIRECCIÓN ACADÉMICA: SANTIAGO TITIEVSKY



**PROGRAMA
ABIERTO**

**DURACIÓN
3 SEMANAS**

**CURSADA
LUNES, MIÉRCOLES
Y VIERNES DE 9 A 12H**

**MODALIDAD DE
CURSADA
ONLINE**

La constante evolución de un entorno cada vez más competitivo y desafiante interpela a compañías y directivos a diferenciarse y aportar valor, 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 la pospandemia.

Aquellas organizaciones que logren situar a los clientes en el centro de su atención, desarrollar un profundo conocimiento sobre sus necesidades actuales y futuras, y construir su modelo de ventas a partir de la transformación digital de sus equipos comerciales fortalecerán su posición competitiva en el mercado. Para ello, es necesario formar líderes en el área de ventas que puedan enfrentarse a estos retos desde un correcto análisis del mercado, que sean capaces de establecer las estrategias comerciales oportunas adaptadas a esta “nueva normalidad” y dominen las herramientas de ventas necesarias para implementarlas.

A través del presente programa, les proponemos desarrollar competencias y habilidades que podrán aplicar de forma inmediata, enfocándonos en lo importante: repensar el negocio y armar un jaque mate ganador a la venta tradicional transformando sus equipos comerciales, incorporando nuevas herramientas de gestión que les permitirán triunfar en este nuevo paradigma. El desafío consiste en asegurar una ejecución brillante, rigurosa y efectiva de la estrategia planteada, para lo cual es imprescindible desarrollar competencias de liderazgo, 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 | ENTORNO Y VISIÓN DE MERCADO. EL DESAFÍO DE RESETEAR LOS MODELOS DE VENTAS EN LA POSPANDEMIA

- › El impacto de la transformación digital en los negocios: tendencias.
- › Modo post-COVID-19. Cambios sociales, políticos, económicos y humanos... ¡La nueva realidad desconocida
- › Etapas del proceso de cambio: lecciones aprendidas para enfrentar la pospandemia.
- › La reconversión de los modelos de negocios: el *mix* equilibrado entre lo digital y lo personal.
- › Del modelo de ventas tradicional al modelo de provocación de ventas omnicanal.
- › ¿La muerte del modelo presencial de ventas? El modelo de ventas a desarrollar: el vendedor *blended*.

MÓDULO 2 | MARKETING Y VENTAS EN LA ERA DIGITAL

- › El entorno y el consumidor digital.
- › Cómo reinventar la actividad comercial y las redes de ventas en un nuevo entorno.
- › La transformación digital de la economía: una era de oportunidades.
- › Cambios de paradigmas: de la lógica de la oferta a la de la demanda. Cómo vender en la era digital pospandemia. Comportamientos del consumidor.

MÓDULO 3 | LA CONSTRUCCIÓN DE UNA MAQUINARIA DE VENTAS

- › 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. ¿Sirve el mismo sistema de incentivos, creado para otro contexto?
- › El dinero se gana en la relación con el cliente, a través de los diferentes canales. La ejecución es el diferencial. *Tips* ganadores a tener en cuenta.

MÓDULO 4 | EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y CUSTOMER JOURNEYS

- › 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.

MÓDULO 5 | LA INTEGRACIÓN DE LOS CANALES DIGITALES EN LA ESTRATEGIA COMERCIAL: TRANSFORMANDO LA VENTA

- › El modelo digital: recurrencia del dato, diversificación, escalabilidad y expansión.
- › Estrategia de prospección y captación: canales *on web*, *off web* y convencionales.
- › Integración en el ciclo de vida del cliente: de *prospect* a *customer*.
- › La revolución omnicanal. Cuáles son los cambios de comportamiento en el usuario.
- › Cómo hacer posible la venta *online*. Criterio para determinar qué modelo de negocios elegir. Análisis de casos de empresas digitales. Inteligencia artificial, algoritmos, ideas de futuro. La innovación en la práctica. Metodologías ágiles aplicadas.

MÓDULO 6 | COMPETENCIAS Y HABILIDADES LABORALES DE ESTOS TIEMPOS

- › Competencias intra e interpersonales. El líder comercial *coach*: desarrollando el máximo potencial del equipo. Equipos comerciales de alto rendimiento.
- › Una mirada diferente. Las viejas/nuevas/futuras generaciones. Entender el nuevo mundo.
- › Qué esperan las personas en el trabajo, datos de mercado.
- › Cómo impulsar la formación de nuevas habilidades desde espacios formativos. *Tips* de éxitos para retener y desarrollar talentos.

MÓDULO 7 | DE VENDEDOR A INFLUENCER. CÓMO UTILIZAR LINKEDIN PARA CONSTRUIR CONFIANZA, INTERNACIONALIZAR EL MERCADO Y DESARROLLAR PROSPECTOS B2B

- › Liderar la diversidad humana.
- › El *mindset* digital: gestión del cambio en equipos comerciales.
- › ¿Qué hace que las empresas digitales sean tan atractivas para trabajar? Cómo impacta la tecnología en estos empleos
- › Las nuevas culturas del trabajo.
- › Redes sociales como palancas del desarrollo laboral y la generación de negocios.

MODULO 8 | ¡LOGRAR RESULTADOS INDIVIDUALES Y GRUPALES EXTRAORDINARIOS!

- › Gestión de equipos virtuales.
- › *Coaching blended* como disciplina para la mejora de la productividad. Tratamiento de colaboradores de alto, medio y bajo desempeño.
- › El *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 UTDT se reserva el derecho de modificar los módulos, sus contenidos y los profesores, garantizando la calidad de los mismos.

METODOLOGÍA

El programa presenta un enfoque práctico que combina clases en vivo, casos reales de empresas y 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. En algunas sesiones recibiremos la visita virtual de gerentes de empresas, quienes comentarán sus casos.

AUDIENCIA

El programa fue pensado y diseñado, en conjunto, entre directores y profesores de Escuelas de Negocios internacionales, y 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 del 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 360°, 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.

Carolina Borracchia. Diseñadora gráfica, UBA. Programa ejecutivo de Recursos Humanos, UTDT. Programa estratégico de Marketing, IAE Business School. Fundadora y CEO de Combo Employer Branding. Conferencista internacional y autora de *IT'S A MATCH*, *Despertando el Compromiso* y *Los jóvenes no sueñan con compañías*.

Pablo Lucena. MBA, UTDT. Executive Director at Thor Management Consulting. Consultor en Planificación Estratégica y Planeamiento Comercial. Ocupó posiciones de alta dirección en empresas internacionales líderes en servicios informáticos, consultoría y tecnología. Tuvo a su cargo el liderazgo del proyecto de *start up* del desembarco de Telefónica en la zona norte del país.

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. Cofundador de Proteína Marketing y de El Salto. Director del programa Marketing Estratégico y codirector del programa de Profesionalización de Empresas de Dueño, UTDT. Exdirector de Marketing y Desarrollo de Negocios en Nextperience, agencia de marketing digital.

Universidad Torcuato Di Tella

La Universidad Torcuato Di Tella es una institución sin fines de lucro fundada en 1991, heredera del espíritu innovador industrial de la fábrica SIAM Di Tella (1910) y de la visión artística y social de vanguardia del Instituto Torcuato Di Tella (1958). Su misión es la formación de las nuevas generaciones empresariales, políticas, académicas, sociales y artísticas de nuestro país y la producción de conocimiento básico y aplicado, en el marco de la excelencia académica, el pluralismo de ideas y la igualdad de oportunidades.

Rector

Juan José Cruces

Ph.D. in Economics, University of Washington.

Vicerrector

Juan Gabriel Tokatlian

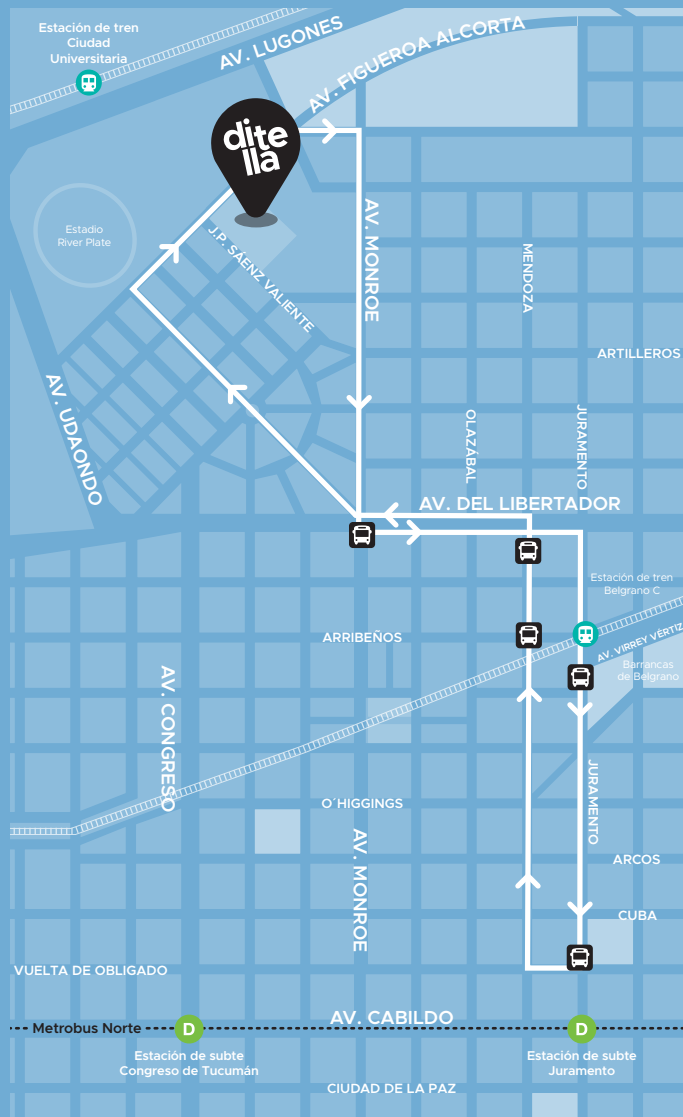
Ph.D. in International Affairs, The Johns Hopkins University.

CARRERAS DE GRADO

- › Abogacía
- › Arquitectura
- › Administración de Empresas
- › Economía Empresarial
- › Tecnología Digital **NUEVA**
- › Economía
- › Diseño
- › Estudios Internacionales
- › Ciencia Política y Gobierno
- › Ciencias Sociales
- › Historia

POSGRADOS Y CURSOS

- › Arquitectura
- › Arte
- › Ciencia Política
- › Derecho
- › Econometría
- › Economía
- › Economía Urbana
- › Educación
- › Educación Ejecutiva
- › Educación Legal Ejecutiva
- › Estudios Internacionales
- › Executive MBA
- › Finanzas
- › Formación Ejecutiva en Políticas Públicas
- › Historia
- › MBA
- › MiM+Analytics
- › Periodismo
- › Políticas Públicas



El bus ditelliano es un servicio de transporte gratuito que brinda la Universidad Torcuato Di Tella para conectar el Campus Di Tella con la red de transporte público (subte Línea D, tren Línea Mitre, Metrobus Norte y colectivos). Más información: utdt.edu/bus

INFORMES

☎ (+54 911) 3919 0747

☎ (+54 11) 5169 7311 | 7342 | 7355 | 7383

✉ admisiones_negocios@utdt.edu

www.utdt.edu

Seguinos en:

📍 Av. Figueroa Alcorta 7350,
Ciudad de Buenos Aires, Argentina