

# Aceleración de resultados comerciales en la post pandemia

inicio  
**11.05.21**

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 y repensada, sino también de una ejecución altamente efectiva. La adecuada definición de los canales de ventas, 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 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.

Docente

→ **Santiago Titievsky**

Especialista en desarrollo e implementación de modelos de gestión comercial, con foco en impacto en los resultados. Creador del Modelo Meta 360°, aplicado por organizaciones líderes en diferentes países. Es Director de los programas de Gerenciamiento Comercial, Experiencia Cliente y Venta Consultiva, en la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella. Posgrado en Marketing en el IAE y Posgrado en Marketing Estratégico en la UBA. Se ha perfeccionado en modelo de negocios, ventas,

conducción de equipos, coaching gerencial, experiencia del cliente, entre otros. Ha realizado el programa "Implementando una gestión de servicios revolucionaria" dictado por la Universidad de Harvard, IESE e IAE.

Desarrolló e implementó modelos de gestión comercial en BCP, Mibanco, Entel, Coca Cola, Femsa, Danone, RIMAC Seguros, Carrefour, Telefónica/Movistar, entre otras empresas.



# Aceleración de resultados comerciales en la post pandemia

→ Santiago Titievsky

## Malla Curricular

### Sesión 1

📅 11.05.21

Jaque mate a la venta tradicional

Estudiaremos el impacto de la transformación digital en los negocios, los cambios sociales, políticos, económicos y humanos. La nueva realidad DESCONOCIDA. Revisaremos los aprendizajes durante la pandemia y las etapas del proceso de cambio. Estudiaremos las diferencias y similitudes en los negocios AC-DC (antes de cuarentena-después cuarentena). Analizaremos el Modelo de Ventas en la era Covid 19, además del Impacto de lo digital potenciando lo personal y el camino a la Empresa Omnicanal.

### Sesión 2

📅 13.05.21

De la estrategia a la ejecución. Parte I

Desarrollaremos la redefinición de los objetivos post cuarentena, específicamente el Modelo Meta 360° "Cómo construir una máquina de ventas". Estudiaremos el manejo de prioridades y la importancia de ganar enfoque: diferencias entre los ingenieros y los artistas.

### Sesión 3

📅 18.05.21

De la estrategia a la ejecución. Parte II

Estudiaremos cómo prepararnos para nuevos escenarios de mercados, metas, canales, dotación y productos post crisis. Profundizaremos en la definición de modelos alternativos de ventas: El modelo de ventas blended. Analizaremos el proceso de planificación y organización y cuáles son los desafíos del día después. Desarrollaremos el forecast, pipeline y análisis estadísticos en los negocios y el cómo definir las nuevas metas. Además, revisaremos el uso de las redes para prospectar clientes y el manejo de Leads.

### Sesión 4

📅 20.05.21

Experiencia cliente y customer journey

Revisaremos las tendencias actuales en la Gestión del Cliente: Un nuevo entorno de Negocios. Estudiaremos el Marketing de Experiencias: ¿Qué es Experiencia de Cliente (CX)? Enfoque tradicional vs CX. Analizaremos la medición y el entendimiento de la experiencia del cliente en tiempos de COVID-19. Desarrollaremos cómo realizar una correcta segmentación del producto y personalización del mismo. Revisaremos los principios de diseño del customer journey. Ejecutaremos un análisis del customer journey: momentos "mágicos" y "miserables" y finalmente, desarrollaremos un caso práctico: taller de customer journey de una empresa seleccionada.

Contaremos con la participación de invitados especiales de diversas industrias, quienes nos contarán sus experiencias de éxito comercial en la post pandemia.

### Sesión 5

📅 25.05.21

Hacer que las cosas se hagan

Desarrollaremos cómo implementar una correcta gestión de equipos virtuales: los equipos comerciales y multiculturales en remoto y el trabajo con tecnología de información. Revisaremos cómo atraer y reclutar talento tomando en cuenta las nuevas habilidades para el siglo XXI. Estudiaremos los desafíos de la tecnología en ambientes virtuales. Y por último, realizaremos la definición de indicadores de gestión: KPIs de resultado y explicativos (palancas de gestión) y de ejecución: la gestión del seguimiento.

Contaremos con la participación de invitados especiales de diversas industrias, quienes nos contarán sus experiencias de éxito comercial en la post pandemia.

### Sesión 6

📅 27.05.21

Coaching comercial en la práctica

Estudiaremos el coaching como disciplina para la mejora de la productividad. Revisaremos cómo realizar un tratamiento de colaboradores de alto, medio y bajo desempeño. Estudiaremos las características del coaching en la práctica. Y por último, revisaremos el Modelo de Impacto presencial y remoto.

Contaremos con la participación de invitados especiales de diversas industrias, quienes nos contarán sus experiencias de éxito comercial en la post pandemia.

## Objetivos del curso

- Transformar y desarrollar el área comercial de su empresa con el objetivo de impulsar el crecimiento de los resultados.
- Desarrollar su visión estratégica, actualizar las técnicas de gestión de equipos y ponerse al día las herramientas de gestión y tecnología contemplando los cambios y situaciones generados por el Covid 19.
- Compartir las experiencias con colegas, profesores y gerentes de empresas invitadas respecto al Modelo Meta 360°.

## ¿Por qué asistir?

El curso presenta un enfoque práctico que combina clases en vivo, casos reales de empresas, resolución de ejercicios en forma grupal. Esta dinámica nos permitirá adquirir nuevas herramientas para la gestión de la actividad comercial.

El curso ofrece la oportunidad de compartir experiencias, crear contactos profesionales y brindar una mirada holística a toda la estrategia organizacional.

## Dirigido a

Gerentes, jefes y dueños que asumen responsabilidades y quieren mejorar la gestión comercial de sus empresas: responsables comerciales, responsables de ventas, responsables de gestión de clientes, responsables de operaciones y canales, responsables de retail, responsables de desarrollo de negocios, dueños y gerentes de pymes.

# Aceleración de resultados comerciales en la post pandemia

→ Santiago Titievsky

## Información General

### Fechas

Sesión 1  
Martes 11 de mayo 2021

Sesión 2  
Jueves 13 de mayo 2021

Sesión 3  
Martes 18 de mayo 2021

Sesión 4  
Jueves 20 de mayo 2021

Sesión 5  
Martes 25 de mayo 2021

Sesión 6  
Jueves 27 de mayo 2021

### Horarios

06:00 PM a 08:00 PM - 08:30 PM / HRS PET

Las 3 primeras sesiones de 2 horas y las 3 últimas de 2 horas y media.

### Certificado

Certificado Digital de Participación emitido por Seminarium Perú y Alto Impacto Comercial - AIC



### Inversión\*

#### PRECIO + IGV

Precio Regular

S/ **1,550.00**

Corporativo (a partir de 3 inscritos)

S/ **1,240.00**

\* Valor de inscripción por persona.  
Precios expresados en Soles incluyen el IGV.

#### NOTAS

- El curso se abrirá con un mínimo de 15 alumnos inscritos.
- Aforo máximo de 40 alumnos.
- Se debe asistir a las 6 sesiones para obtener el Certificado Digital de Participación.



100% práctico



100% online



Docente en vivo



13.5 horas de capacitación



Sesión de preguntas & respuestas