

Dirección de Ventas

Finanzas para no Financieros

Como incrementar tu negocio a través de internet



CENTRO PARA EL FOMENTO
DEL EMPLEO Y EL DESARROLLO
TECNOLÓGICO DEL SECTOR METAL



FEMPA
FEDERACION DE EMPRESARIOS DEL
METAL DE LA PROVINCIA DE ALICANTE



Pol. Ind. Agua Amarga
C/Benjófbar 4-6
03008 Alicante
T. 96 515 03 00
F.96 516 10 00
fempa@fempa.es
www.fempa.es

seminarios para empresarios

Prepárate para Hablar en Público

Empresa Familiar

Comunicación

Dirección de Personas

Objetivos

Dotar de conocimientos a los asistentes para poder liderar un proyecto de creación de una WEB como unidad de negocio.

Contenidos**1. Introducción al Marketing Online.****2. Montar un sitio web de alto rendimiento.**

- Definición de Objetivos.
- Cómo elegir un buen dominio y alojamiento web para mi negocio.
- Definición de la arquitectura del sitio web y arquitectura de contenidos.
- Definición de funcionalidades de un sitio web.
- Gestores de Contenido o diseño web personalizado.
- Diseño gráfico profesional de un sitio web.

3. Conversión Web: ¿Cómo convertir las visitas a la web en clientes rentables?

- Principios de accesibilidad y usabilidad para un sitio Web.
- Cómo diseñar una página efectiva para atraer clientes.
- Funcionalidades que mejoran la persuasibilidad de la web.
- Cómo diseñar formularios y carritos de compra atractivos.
- Cómo escribir contenidos para la Web.

4. Posicionamiento Natural en Buscadores.

- ¿Qué es posicionamiento natural en buscadores SEO y cómo funciona un buscador?
- Cómo investigar y elegir eficazmente las palabras en las que deseo posicionarme en los buscadores.
- Cómo optimizar la programación de mi web para ser indexado por los buscadores.
- Cómo crear contenido relevante para el posicionamiento en buscadores.
- Cómo obtener enlaces externos que mejoren el posicionamiento en buscadores de mi web.

5. Herramientas de Pago por Clic y Banners Publicitarios

- Los anuncios patrocinados en buscadores como herramienta de pago por clic.
- Campaña de anuncios patrocinados en la red de contenido.
- Campañas de Banners Publicitarios.
- Cómo diseñar anuncios patrocinados que generen rentabilidad.
- Gestión de Landing Page en campañas de pago por clic.

6. Campañas de Email Marketing.

- Qué es el Email Marketing y tipos de estrategias
- Gestión de la base de datos en el email marketing: bases de datos compradas o base de datos propias.
- Cómo diseñar emails efectivos: desde la línea de asunto hasta el diseño del email.

- Rastreado e interpretando los resultados de nuestra campaña de email marketing

7. Web 2.0 y Redes Sociales

- ¿Qué es la Web 2.0 y las redes sociales?
- Plan de marketing en redes sociales
- Cómo promocionarnos a través de los blogs
- Youtube y otras redes sociales de publicación de videos
- Facebook: cómo promocionarnos en Facebook y otras redes sociales generalistas
- Twitter: El microblogging como arma de posicionamiento
- LinkedIn: como vender nuestra empresa en LinkedIn y otras redes profesionales
- ¿Cómo medir resultados en las redes sociales?

8. Analítica Web

- De los objetivos al KPI Key Performarce Indicators.
- Tipos de analítica web para un sitio web.
- Análisis del tráfico web de un sitio web: Métricas principales en la medición del tráfico de un sitio web.
- Cómo hacer un buen análisis de las estadísticas web de mi site.
- Uso del Google Analytics.

10 horas. 9 y 16 de marzo de 16:30 a 21:30

Precio: 250 €. Socio Fempa: 130 €

Objetivos

Dotar a los alumnos de conocimientos suficientes del contenido de las cuentas de la empresa, dotándolos de conceptos y herramientas de análisis económico y financieros de los estados financieros de la empresa.

Contenidos

Lo económico y la financiero en la empresa.
La cuenta de resultados – Análisis económico de la empresa.
El balance.
Los principios del equilibrio financiero.
Análisis financieros – Ratios – NECESIDADES OPERATIVAS DE FONDOS (NOF).
Análisis de la rentabilidad.

20 horas. 4, 18, 25 de febrero y 4 de marzo de 16:30 a 21:30. Precio: 500 €. Socio Fempa: 260 €

Objetivos

Facilitar nuevas herramientas para negociar con ventaja los “noes” propios y los de la otra parte.
Diseñar técnicas de control emocional para resolver bloqueos y puntos muertos generados por los “noes”.
Reconocer las trampas y trucos para evitar ser víctimas de ellos.
Interpretar el lado oculto de toda negociación en términos de “poder”.

Contenidos**Los buenos negociadores.**

¿Por qué fracasan tantos negociadores?
Con la experiencia no basta.
¿Negociar más duro o con más inteligencia?
¿Cuáles son las apuestas perdedoras?
Perfil del buen negociador.

Las barreras ocultas de la negociación.

La credibilidad y sus ingredientes. Ejemplos.
Simplificando lo complejo: Teoría de la “sombra” en la negociación.
Diferencia entre controlar el proceso y controlar el resultado

La trampa de la necesidad.

Expresiones habituales que transmiten sensación de necesidad.
El factor necesidad como desencadenante de pésimos acuerdos.
Diferencia entre querer y necesitar.
El “Efecto Colombo” en la negociación.

El Método del “no”

Cuando no existen “noes”, no existe negociación.
El temor clásico en la negociación: El temor a oír el “no” de la otra parte.
Un cambio de 180º: Invitación al “no”.
¿Cómo expresar el “no”?
El “no” es reversible y necesario.

La Comunicación del “no”.

Otra forma de negociar. Ejemplos.
¿Nos falta tiempo para escuchar? El problema suele ser otro.
Técnicas de Acompañamiento y su función.
Como formular preguntas y establecer contextos para averiguar la situación real del oponente.

Relación entre emoción y toma de decisiones en una negociación.

La negociación como “plato frío”.
Diferencia entre implicación profesional e implicación emocional.
Evitar bloqueos emocionales.
La ausencia de bipolaridad y el temor emocional.

La conducta de los negociadores más emocionales y qué hacer para superarla.

Cómo detectar las trampas y engaños en una negociación.

La estrategia del jugador de póquer.
La ingenuidad de las teorías de comunicación no verbal.
Calibrage individual de cada negociador.
Desviaciones de gestos y expresiones troncales.

10 horas. 11 y 17 de marzo de 16:30 a 21:30

Precio: 250 € Socio Fempa: 130 €

Objetivos

• Analizar los principios teóricos y prácticos de una adecuada dirección comercial integrada en el entorno de la empresa.
• Adquirir los conocimientos generales sobre el departamento comercial y de este modo poder responder a cuestiones esenciales de la venta, concretamente de sus técnicas y control de las mismas, mediante la planificación, la organización y la supervisión.
• Poder dirigir a un equipo comercial para obtener el máximo beneficio, a la vez que ofrecer la mejor atención al cliente.
• Reflexionar sobre el porqué de la integración y preparación técnica del vendedor.
• Que la formación ejerza como elemento motivador dentro de la fuerza de ventas.

Contenidos**MODULO 1: ANÁLISIS ESTRATÉGICO COMERCIAL**

Reflexión estratégica de la empresa comercial.

Análisis y reflexión de la estrategia comercial.
Análisis del entorno.
Componentes que generan valor en la empresa.
Definición de la Pirámide Comercial.
Posicionamiento.
Ventajas diferenciales sostenibles.

MODULO 2: LA VENTA

Aspectos básicos de la venta.
Aspectos básicos de la venta.
La planificación.
La comunicación.
Contacto y aproximación.
Presentación y demostración.
Objeciones.
El cierre.
Técnicas de venta.

MÓDULO 3: EL DIRECTOR COMERCIAL

Aspectos del puesto de Director comercial
El puesto del director de comercial.
Las funciones clave de la dirección comercial.

MÓDULO 4: CONTROL VENTAS

Previsión de ventas. Cuotas.
Previsión general.
Procedimientos teóricos y prácticos y su valoración.
Cuotas de venta, concepto y sistemas.
Un modelo para cálculo de cuotas.
Administración de ventas.
Principios de la administración.
Información básica a recoger.
El soporte administrativo.
Tipos de soportes administrativos.

Fichas de clientes.
Hojas de ruta.
Hojas de resultados.

Territorios y rutas

Noción de territorio y zona.
Preparación y diseño de los territorios.
Las rutas de venta. Concepto.
Diseño y optimización de las rutas.
Como mejorar el empleo de su tiempo.

MÓDULO 5: EVALUACIÓN Y CONTROL DE LA FUERZA DE VENTAS.

Valoración de las actividades del vendedor.
Control de ventas. Procedimientos (resultados).
Control de clientes.
Ratios comerciales.

20 horas. 29 de marzo, 5, 12 y 19 de abril de 16:30 a 21:30. Precio: 500 € Socio Fempa: 260 €

Objetivos

Conocer los principales estilos directivos y sus implicaciones en el compromiso y el rendimiento de las personas. Tomar conciencia de los cambios que suponen para la dirección el nuevo paradigma de la era de la información.

Contenidos

• Valor del contrato psicológico
• Principios sistémicos en la dirección
• Estilos directivos
• Origen e influencia de las creencias en la motivación
• Introducción a la gestión de conflictos

15 horas. 17, 24 y 31 de mayo de 16:30 a 21:30

Precio: 375 € Socio Fempa: 195 €

Objetivos

Conocer en estrategias de comunicación que todo gestor de personas debe de utilizar para dirigir a su equipo y evitar el desgaste personal que conlleva una comunicación ineficaz.
Entrenar en situaciones difíciles con el equipo para lograr prevenir y/o solucionar posibles conflictos que puedan surgir.
Ser conscientes de las consecuencias de nuestra comunicación, para poder gestionar adecuadamente la carga emocional que conlleva la relación con algunas personas..

Contenidos

1.- Importancia de la comunicación en puestos de gestión.
2.- Cómo prevenir y gestionar conflictos a través de la comunicación.
3.- Comunicación Emocional y Racional: cómo identificarla y cómo gestionarla adecuadamente.
4.- Auto evaluación del Estilo de Comunicación predominante.
5.- Cómo utilizar a nuestro favor la comunicación no verbal.
5.- Cómo transmitir problemas de forma objetiva y racional.
6.- Cómo llamar la atención a las personas de nuestro equipo de manera constructiva.
7.- Prácticas a través de simulaciones.

15 horas. 13, 20 y 27 de mayo de 16:30 a 21:30

Precio: 375 € Socio Fempa: 195 €

Objetivos

Dotar a los participantes de conocimientos, herramientas y habilidades necesarias para la gestión de la empresa familiar.

Contenidos**Puntos críticos en el gobierno de la empresa familiar.**

• El equilibrio prudente en los juicios y decisiones de quienes ostentan el poder, tanto en la formulación de la estrategia como en el diseño de la organización.
• El desarrollo de directivos, miembros o no de la familia.
• La integración de directivos, en especial los que no son miembros de la familia.
• La tranquilidad de los propietarios en relación con la forma con que se ejerce el oportuno control de la actuación directiva.
• La información sobre la empresa a los accionistas y otros miembros de la familia.

Ciclo de vida de la empresa familiar.

• Etapas por las que pasa la empresa familiar.
• Problemas en la evolución de la empresa familiar.
La triple coincidencia de circunstancias adversas.
- Maduración del negocio.
- Declive de las capacidades directivas.
- El cambio en las necesidades del fundador.
- Problemática fiscal y societaria.

Desarrollo de la organización; conjunto formado los tres componentes siguientes:

• Estructura de responsabilidades.
• Sistemas de alta dirección.
• Los órganos de gobierno.

Órganos de gobierno: Comité de dirección y consejo de administración.

• Distinción entre *gobierno* de la empresa y *dirección* de ésta.
• Funciones del comité de dirección.
• Consejo de administración.

- Razones para establecer un conejo de administración “activo”. Realizar una encuesta antes de la sesiones de trabajo.

- Importancia y tiempo dedicado a distintas tareas en las reuniones del consejo de administración. Realizar una encuesta antes de la sesiones de trabajo.

- Factores considerados por los consejeros en la toma de decisiones. Realizar una encuesta antes de la sesiones de trabajo.

- Trabajo del consejo de administración. Realizar una encuesta antes de la sesiones de trabajo.

- Tareas críticas del consejo de administración en la empresa familiar.

- Composición del consejo de administración. Realizar una encuesta antes de la sesiones de trabajo.

√ Tipos de consejos de administración
√ Evaluación del consejo por el por el director general
- Enfoque acerca del origen de los consejeros

√ Directivos de la empresa familiar que son miembros de la familia
√ Directivos de la empresa familiar que no son miembros de la familia
√ Consejeros externos

√ Miembros de la familia que no son directivos en la empresa familiar
- Funcionamiento del consejo de administración. Algunas reglas de juego.

• 2 casos prácticos:

Consejo de familia.

• Definición.
• Relación con el consejo de administración.
• Funcionamiento.

Caso práctico.

Protocolo familiar.

• Definición.
• Funcionamiento.
• Caso práctico.

Objetivos

Conocer estrategias y comportamientos que nos pueden apoyar en el desarrollo de esta habilidad.
Identificar y trabajar los aspectos emocionales que suelen estar asociados el hecho de hablar en público (ansiedad, tensión, “miedo al ridículo”,...).
Entrenar en la preparación del guión de una presentación, exposición de la misma, grabación y visualización posterior para analizar las fortalezas y los aspectos a mejorar de cada participante.
El objetivo final es que cada persona encuentre las estrategias que más se adecuan a su forma de ser, para poder hablar en público de manera eficaz y sin ansiedad.

Contenidos

1.- Elementos claves para realizar una buena presentación: El Guión
2.- Comportamientos que transmiten una buena imagen.
3.- La importancia de la comunicación no verbal.
4.- Algunas estrategias para gestionar la ansiedad y la tensión que puede provocar el hablar en público.
5.- Preparación de una presentación breve.
6.- Exposición y grabación de la misma, durante 5 minutos.
7.- Visualización de la grabación, analizando fortalezas y aspectos a mejorar, elaborando estrategias personalizadas para cada uno de los participantes.
8.- Resumen de las estrategias más importantes.

15 horas. 10, 14 y 17 de junio de 16:30 a 21:30

Precio: 375 € Socio Fempa: 195 €

Juan Carlos Requena
Director del MBA Executive
Responsable de Comunicación
Fundesem
Tel. 965 266 800 - Fax 965 161 200
formacion@fempa.es
http://www.fundesem.es