



PLAN DE FORMACIÓN PARA EMPRENDEDORES 2017

Octubre – Noviembre



Si te estas planteando crear tu propia empresa o si ya lo has hecho y estas en las primeras fases de desarrollo, SODERCAN te ofrece un plan de formación, a medida, flexible y directo, que sirva para que puedas tomar tus decisiones más seguro y consciente de los riesgos a los que te vas a enfrentar, y a su vez detectar los factores clave para llevar al éxito tu negocio.

Puedes tener nociones de gestión administrativa, pero ¿has vendido alguna vez?, ¿sabes comunicarte con tus clientes, proveedores, empleados, socios...? ¿Eres capaz de confeccionar la cuenta de tesorería?. Y tu modelo de negocio, ¿es realmente atractivo y escalable?, ¿has tenido en cuenta todas las variables por las que se puede ver afectado?, ¿contemplas la venta online?, ¿cuentas con un plan de marketing online?.

Contamos con expertos en cada una de las materias, que te darán una visión práctica y sobre todo “centrándose en lo que importa” con el objetivo de dar respuesta a estas y otras muchas preguntas, que tú, como emprendedor, te estas planteando o te plantearás.

Calendario

Mes	Día	Inicio	Duración	Ponente	Título
Octubre	3	9,30 horas	4 horas	DAVID GARCIA LAMA	Diseñar el camino hacia el éxito: Plan de acción comercial.
Octubre	10	9,30 horas	4 horas	DAVID GARCIA LAMA	Herramientas de productividad y gestión comercial.
Octubre	17	9,30 horas	4 horas	JUAN JESÚS FERRER	La venta. Y ahora, ¿qué?: Gestor comercial, documentación del plan de acción, prospección, análisis de influencias y posiciones.
Octubre	24	9,30 horas	4 horas	JUAN JESÚS FERRER	Continuación ... La venta. Y ahora, ¿qué?: Venta consultiva, negociación y postventa.
Octubre	31	9,30 horas	4 horas	JUAN GRACIA	Implementar un plan de marketing online efectivo + Cómo crear campañas de publicidad online con impacto.
Noviembre	7	9,30 horas	4 horas	JUAN GRACIA	Plan de social media + Crear presencia online que aporta visibilidad + Social media con un presupuesto de 100€.
Noviembre	14	9,30 horas	4 horas	CRISTINA CANO	Cómo hacer bien los números.
Noviembre	23	9,30 horas	4 horas	CRISTINA CANO	La gestión de la tesorería.

Gratuitos

Nuestros expertos...

JUAN JESÚS FERRER



JUAN JESÚS FERRER BEZANILLA es gerente Consultor/Coach Personal en GEC, Gestión y Estrategia Comercial y formador de Estrategia Comercial. Ha sido Director Comercial y Responsable de Personal de M. Serrano, Director de las oficinas de Santander y Santoña de ADECCO y Asesor Comercial y Miembro del Departamento de Marketing de BOSSING ESPAÑA.

DAVID GARCÍA LAMA



DAVID GARCÍA LAMA es Diplomado en Relaciones Laborales por la Universidad de Cantabria, coach profesional certificado (ACC) por ICF. Colaborador Habitual como docente y adjunto a dirección en títulos propios de la Universidad de Cantabria. Con más de 20 años de experiencia en el mundo de las ventas en empresas como Telefónica o Ceoe Cepyme. Consultor estratégico apoyando a la dirección de varias empresas. Socio Fundador de la agencia especializada en ventas “Resitua”. Director de EDESAVE (Escuela de Desarrollo en Ventas)

Nuestros expertos...

JUAN GRACIA



Juan Gracia Vara - Experto en Marketing Online y Social Media. Licenciado en ingeniería informática. CESINE (2000 – 2004), cuenta con Estudios en Ciencias Empresariales. Universidad de Cantabria (2004 – 2009)

Fundador de Disenium (Agencia de marketing) y en la actualidad CEO de Wooorker. Cuenta con una dilatada experiencia en el ámbito de la emprendimiento, así como experto en marketing online.

CRISTINA CANO



Cristina Cano Mazo es Licenciada en CC. Empresariales, MBA por el Instituto de Empresa, PDD en Empresas de Comunicación por el IESE y experta en Corporate Finance por London Guildhall University. Durante 9 años, ha sido Directora de Gestión Financiera de la multinacional Media Planning (Grupo HAVAS), con una facturación en España de más de 900 Millones de €. Actualmente tiene su propia empresa, Táctica Financiera, desde donde realiza asesoría, consultoría y formación financiera especializada.

LOS PROGRAMAS EN DETALLE



1) Diseñar el camino el camino hacia el éxito: Plan de acción comercial

OBJETIVOS:

- Diseñar la estrategia eficaz, que nos determine el camino a seguir hacia el éxito de la empresa.
- Con el plan comercial conseguirá el emprendedor trazar su mejor hoja de ruta para conseguir tus objetivos y tendrá una buena fotografía de la situación actual: Mercado, Competencia, Clientes, Productos, Oportunidades, Amenazas y mucho más.

METODOLOGÍA:

- Diseñaremos un Plan de acción Comercial, como clave para llegar a los objetivos.
- Partiendo del diseño de la visión comercial, llegaremos hasta las tácticas necesarias para atraer e influir al cliente objetivo.
- Las preguntas serán grandes aliadas para llegar a las conclusiones reales. Evaluaremos diferentes indicadores que nos darán información de la “ruta “ que estamos llevando a cabo.

Programa... pág. sig.

1) Diseñar el camino el camino hacia el éxito: Plan de acción

PROGRAMA:

PASO 1: Visión Comercial , Misión y Objetivos

- Situación inicial
- Desarrollo de la Misión
- Objetivos

PASO 2: ¿Que vendemos ?

- ¿Por qué compra la Gente ?
- Que es realmente lo que vendemos?
- El gran valor del intangible
- Método de obtención de referidos
- Que ofrecemos

PASO 3: A quien vamos a vender ¿ Elegir cliente objetivo inicial

- Definir cliente posible
- Definir cliente potencial

PROGRAMA:

PASO 4 : Dónde esté tu cliente

- Segmentación de mercado
- Nicho de mercado

PASO 5: Análisis la competencia

- Quienes venden
- No competir por precio
- Define tu posicionamiento
- Razones que nos hacen diferentes a nuestra competencia

PASO 6: Nuestro valor diferencial

- Defina tres razones

PASO 7:Herramientas y planificación

- Tácticas
- Estrategia
- Cuadrante y planificación de actividades

2) Herramientas de productividad y gestión comercial : CRM

OBJETIVOS:

- Dentro de las fases y “engranaje” del método “Resitua” damos mucha importancia a las herramientas de productividad y efectividad comercial.
- Por esta razón la sesión II ira enfocada a la utilización de estas herramientas necesarias en el proceso.
- Una herramienta que está suponiendo un gran avance y está teniendo una gran acogida por los resultados que está reportando es la herramienta CRM (Customer Relationship Management). Se centra en la relación de la empresa con los consumidores, detectando cómo optimizarlas.

METODOLOGÍA:

- Partiremos de una situación inicial de la definición de la herramienta y de la manera de como organizaremos esta adaptándola a cada empresa.
- A partir de aquí utilizaremos un CRM, individualmente.

Programa... pág. sig.

2) Herramientas de productividad y gestión comercial: CRM

PROGRAMA:

Parte 1: Diseño “Embudo de Ventas”

- Que es
- Fases de transición
- Claves para organizar nuestras oportunidades de venta
- Captación de leads o contactos (7 estrategias)

Parte 2: CRM (Customer Relationship Management)

- Conceptos iniciales
- Venta relacional
- Cambios en la gestión de clientes y en el tipo de clientes
- Configuración y parametrización
- Que ofrecemos

3) La venta. Y ahora, ¿qué?: Gestor comercial, documentación del plan de acción, prospección, análisis de influencias y posiciones.

¿Cómo, cuándo, dónde empiezo a vender? ¿A quién llamo? ¿Qué llevo? ¿Vuelvo a llamar? ¿Envío el email? ¿Me presento sin llamar? ¿Cómo me visto? ¿Dónde me siento? ¿Qué cuento? ¿Pregunto? ¿Tomo notas? ¿Estoy siendo un pesado? Encima, dicen que soy caro... y ahora ¿qué?.

- **¿Para qué?** Para que toméis consciencia sobre la importancia de la labor comercial. Para que tengáis presente la complejidad de la misma y sin embargo, para que os deis cuenta de que podéis, no de cualquier manera, y de forma brillante. Para que ***seáis capaces de seducir, navegando sobre una embarcación llamada CONFIANZA.***
- **¿Cómo?** Potenciando ciertas habilidades personales y dotándoos de las herramientas oportunas (estratégicas y tácticas), para contar con más posibilidades de éxito en el mercado al que por actividad pertenecen.

3) La venta. Y ahora, ¿qué?: Gestor comercial, documentación del plan de acción, prospección, análisis de influencias y posiciones.

PROGRAMA:

Gestor comercial o la capacidad de moldear la realidad

- Realidad, las Claves Emocionales y la capacidad de transmitir sensaciones
- Superación de límites auto-impuestos
- **Confianza, Valor de Valores**

Documentación del Plan de Acción

- **Círculo de Oro, el origen de nuestro:**
 - ✓ Discurso Comercial ✓ Dossier ✓ Propuesta de Colaboración ✓ Web
- Garantías

Prospección: La palabra mágica

- **El mercado: Definición, formulas de acercamiento y de asociación**
- Focalización y **Ejemplificación: Hacia la especialización sectorial**
- Medios y Herramientas

Análisis de las diferentes influencias

- Tipos de compradores: Sus necesidades
- Diferentes actitudes frente a nuestro servicio

4) Continuación ... La venta. Y ahora, ¿qué?: Venta consultiva, negociación y postventa.

PROGRAMA:

Venta consultiva

- El teléfono
- La toma de contacto:
 - ✓ La visita:
 1. Presentación
 2. Crear clima
 - 3. Transmisión del propósito**
 - ✓ Proceso de exploración
 - 1. Preguntas de entorno**
 2. Escucha activa
 3. Observación

Negociación: Discurso y actitud

- Negociación y realidad
- **Tratamiento de los criterios de decisión**
- **La motivación del cliente en la negociación**
- Actitud en un escenario de negociación
- Documentación y empleo en la negociación

Posventa: Un servicio de calidad

- Control
- **Reprogramación**
- **Seguimiento y estilo**
- Encuesta calidad servicio cliente

5) Implementar un plan de marketing online efectivo + Cómo crear campañas de publicidad online con impacto.

A través de esta propuesta formativa, los asistentes descubrirán cómo generar ventas a través del canal online, conocerán las herramientas y canales más importantes para su negocio, así como aprenderán cómo superar los errores y barreras del marketing online más comunes.

OBJETIVOS:

A continuación detallamos los objetivos generales sobre los que se diseña esta acción formativa:

1. Generar ventas a través del canal online en un plazo de 6 meses.
2. Identificar las herramientas y canales más importantes para el propio negocio.

METODOLOGÍA:

Ambas acciones formativas se llevarán a cabo con una metodología teórico-práctica que permitirá a los participantes interiorizar y comprender los conceptos teóricos.

Programa... pág. sig.

5) Implementar un plan de marketing online efectivo + Cómo crear campañas de publicidad online con impacto.

PROGRAMA:

Detallamos los contenidos que se impartirán a lo largo de la acción formativa:

Implementar un marketing online efectivo en la empresa (2 horas)

- Los principales errores cometidos y cómo evitarlos.
- Implementar herramientas, procesos y responsables en la empresa.
- Tipos de servicios y como saber lo que realmente hace falta a mi negocio.

Cómo crear campañas de publicidad online con impacto (2 horas)

- Factores clave para diseñar campañas que generan ventas y contactos.
- Trucos para mejorar tus campañas en Google Adwords.
- Cómo sacar provecho del marketing de la afiliación para productos y servicios.
- Pautas básicas para campañas de e-mail marketing que aumentan tus ventas.

6) **visi**



A través de esta acción formativa los asistentes comprenderán la importancia de realizar y llevar a cabo el plan de Social Media.

Ambas acciones formativas se llevarán a cabo con una metodología teórico-práctica que permitirá a los participantes interiorizar y comprender los conceptos teóricos.

Programa... pág. sig.

6) Plan de social media + Crear presencia online que aporta visibilidad + Social media con un presupuesto de 100€.

PROGRAMA:

1. El diseño del Plan de Social Media Marketing (1 hora)

- Primeras fases y elementos iniciales.
- Definición de metas, audiencia y herramientas.
- Cómo presentar un plan de Social Media Marketing

2. Crear una presencia online que aporta visibilidad online (2 horas)

- Factores clave del posicionamiento natural (SEO).
- Lanzamiento de un blog de empresa para conseguir notoriedad.
- Conseguir followers y retweets cada vez que lanzas un post.

3. Social media con un presupuesto de 100€ (1 hora)

- Por qué empezar con un blog, Twitter y Facebook antes de lanzar tu producto.
- Cómo elegir las redes sociales adecuadas para tu empresa.
- Actividades básicas que te ayudan generar ventas.

7) Cómo hacer bien los números

OBJETIVOS:

Taller práctico para calcular lo que vas a vender y cuánto dinero necesitarás para arrancar tu negocio. En este seminario se enseñan las técnicas y herramientas necesarias para poder estimar: Ventas, Beneficios, Rentabilidad, Tesorería

PROGRAMA:

1. Reflexiones útiles en materia de gestión financiera
2. Contenido del Plan Económico-Financiero
3. Elaboración de un Plan de Inversiones.
4. Elaboración de un Presupuesto.
5. Elaboración de un Plan de Tesorería (Cash Flow)



8) La gestión de la tesorería.

OBJETIVOS:

- Conocer las ventajas de realizar una correcta Gestión de Tesorería, para optimizar la liquidez de tu negocio
- Aprender a planificar anticipadamente las necesidades de tesorería de tu negocio
- Conocer cómo se elabora un Presupuesto de Tesorería o Cash-Flow
- Aprender a utilizar el Cash Flow como punto de partida para tomar decisiones de gestión que mejoren la liquidez de tu negocio.

PROGRAMA:

1. Objetivos de la Gestión de Tesorería
2. La importancia de planificar adecuadamente las necesidades financieras de tu negocio
3. Cómo elaborar un Cash Flow: caso práctico
4. La toma de decisiones para optimizar la tesorería: caso práctico

Jueves, 23 de Noviembre a las 9,30 horas en SODERCAN

INSCRIPCIONES

bgomez@gruposodercan.es

942.29.00.03

LUGAR DE CELEBRACIÓN

SODERCAN. Isabel Torres, 1. Parque Científico y Tecnológico de Cantabria.
39011 Santander.



Te ayudamos a crecer



Isabel Torres, 1. Parque Científico y
Tecnológico de Cantabria. 39011 Santander
Telf: 942 29 00 03
Fax: 942 31 44 72
Email: informacion@gruposodercan.es
www.sodercan.es

