

Management y Dirección

Destrezas Ejecutivas

Desarrollo Comercial

Programas Ejecutivos
Cursos - Taller
Seminarios
Charlas de Motivación
Módulos a Medida



Presentación de los servicios

Lectura rápida

En este cuadernillo le presentamos una síntesis de nuestros servicios de Capacitación en Management y Desarrollo Comercial, organizada para una rápida lectura del siguiente modo:

Sumario

Ejes temáticos de las Capacitaciones	Pág. 3
Liderazgo y Gestión	Pág. 5
Cambio e Innovación	Pág. 6
Comunicación en Acción	Pág. 7
Trabajo en Equipo	Pág. 8
Negociación y Conflicto	Pág. 9
Administración del Tiempo	Pág. 10
Estrategia de Clientes	Pág. 11
Inteligencia Comercial	Pág. 12
Gestión de Clientes - CRM	Pág. 13
Experiencia del Cliente - CEM	Pág. 14
Atención y Servicio al Cliente	Pág. 15
Ventas	Pág. 16
Modalidad del Servicio de Capacitación in company	Pág. 17
Método de Enseñanza – Aprendizaje	Pág. 18
Nuestra propuesta de valor	Pág. 19
Qué, Quiénes y Por Qué	Pág. 20
Confían en Nosotros	Pág. 21

Si usted desea más información puede contactarnos a través de las vías de comunicación que figuran al pie de cada página y con todo gusto responderemos a todas sus inquietudes.

Ejes Temáticos de las Capacitaciones

I. Las claves del Nuevo Management

Brindamos actividades de capacitación sobre temas relativos al management, el desarrollo de habilidades ejecutivas y la gestión de RR.HH. concebidas especialmente para Directivos, Mandos Medios, Supervisores y personal profesional.

Los Ejes Temáticos de nuestras capacitaciones en Management son:



Liderazgo y Gestión

En el contexto de la gestión, el liderazgo garantiza el compromiso de las personas con la visión de la organización y con las metas concretas de su equipo de trabajo.



Cambio e Innovación

La nueva dinámica de los mercados exige a las empresas gestionar permanentemente el cambio y la innovación para mantener su competitividad y obtener una alta performance.



Comunicación en Acción

Hoy es imprescindible para las organizaciones abordar la comunicación como un eje articulador de las personas, los mensajes, los procesos y los resultados.



Trabajo en Equipo

Trabajar colaborativamente es a la vez un arte y una ciencia, que se basa en la conformación de equipos de trabajo con capacidades para lograr siempre un alto rendimiento en un clima de confianza.



Negociación y Conflictos

Negociar es una tarea compleja que requiere de una cuidadosa combinación de análisis de situación, control de las emociones e implementación de estrategias.



Administración del Tiempo

En una organización, la función principal de la administración del tiempo es armonizar personas y tareas para lograr fácilmente óptimos resultados colectivos e individuales.

Ejes Temáticos de las Capacitaciones

II. El desarrollo Comercial y la Gestión de Clientes

Brindamos actividades de capacitación sobre temas relativos a la innovación comercial, el desarrollo de destrezas comerciales y la gestión integral de clientes, concebidas especialmente para Directivos, Mandos Medios, Supervisores y personal profesional.

Los Ejes Temáticos de nuestras capacitaciones en Desarrollo Comercial son:



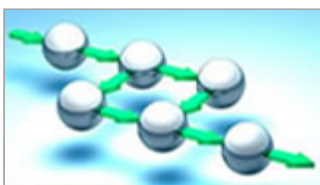
Estrategia de Clientes

Los nuevos enfoques estratégicos en la gestión integral de clientes permiten optimizar resultados hasta niveles de mejora imposibles de alcanzar con los antiguos métodos.



Inteligencia Comercial

En un mundo tan competitivo como el actual, la inteligencia comercial es clave para obtener mejores clientes, aumentar las ventas y lograr una óptima rentabilidad.



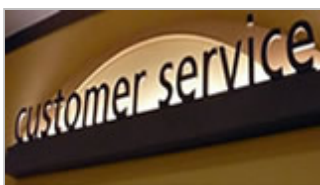
Gestión de Clientes - CRM

Retener un cliente cuesta 6 veces menos que conseguir uno nuevo, por ello hoy el cliente se convierte en el eje sobre el que cimentar el éxito de los negocios.



Experiencia del Cliente - CEM

El actual perfil del consumidor, más exigente y más conectado, obliga a las empresas a transformar la experiencia de compra, creando nuevas estrategias competitivas.



Atención y Servicio al Cliente

La calidad de la atención y el servicio al cliente forma parte de la estrategia de la empresa y es una de las cualidades más difíciles de imitar por las empresas rivales.



Ventas

Hoy, el área de ventas requiere tener capacidad de análisis del entorno y conocimiento de nuevas metodologías. La actualización y revisión continua de las variables es esencial.

Liderazgo y Gestión

“El liderazgo es la habilidad de llevar a la gente común a obtener logros extraordinarios”

Brian Tracy

Contenidos Centrales

- Dimensiones y Objetivos del Liderazgo.
- Cultura Organizacional y Modelos de Liderazgo.
- Nuevos Sistemas de Liderazgo Corporativo.
- Liderazgo contextual. Liderazgo en equipos de trabajo.
- Liderazgo personal. Análisis FODA.
- Liderazgo personal. MBTI y FIRO B.
- Liderazgo y capacidad de comunicación.
- Liderazgo y capacidad de resolución de conflictos.
- Influencia, Persuasión y Motivación.
- Estilos de Liderazgo.
- Poder, intereses y conducción. Líderes y Jefes.
- Liderazgo Situacional.
- Autonomía, delegación y feedback.
- Liderazgo formal e informal.
- Liderazgo transaccional.
- Liderazgo transformacional.
- Proceso de Liderazgo.
- Liderazgo para el desarrollo de equipos de trabajo.
- Liderazgo para el desarrollo de equipos de alto rendimiento.
- Liderazgo para la gestión y resolución de conflictos.
- Liderazgo para el cambio y la innovación.
- Liderazgo y la Generación “Y”.



Cambio e Innovación

Contenidos Centrales

“La innovación constante es la única forma de mantenerse competitivo, porque ninguna ventaja es sostenible en el largo plazo”

Jorge González Moore

- Condiciones para implementar la Gestión del Cambio.
- Cambio e Innovación. Entornos propicios y adversos.
- Tipologías y Objetivos del Cambio.
- Gestión del Cambio y Gestión de la Innovación. Etapas.
- Sistemas de Innovación. Competencias empresariales.
- Cambio y Proceso de Creatividad. Interrelación y aplicación.
- Creatividad en la empresa. Para qué sirve. Cómo se aplica.
- Creatividad, generación de ideas y solución de problemas.
- Creatividad y modelos mentales, emocionales y comunicacionales.
- Actividades en la empresa que fomentan la creatividad. Agentes del Cambio.
- Parámetros de creatividad. Aptitudes y comportamientos.
- Adquisición de Destrezas y Técnicas Creativas. De la Creatividad a la Innovación.
- Pensamiento Convergente. Pensamiento lateral. Mapas mentales.
- Técnicas y herramientas de creatividad para la Innovación.
- Proyectos y Programas de cambio e innovación.
- Diagnóstico tecnológico.
- Plan estratégico tecnológico.
- Fase de Creatividad e Innovación.
- Fase de Benchmarking e Inteligencia competitiva.
- Gestión de Proyectos Tecnológicos y de Innovación.
- Aseguramiento de la Innovación.
- Explotación de la Innovación.
- Gestión del Conocimiento e Innovación.



Comunicación en Acción

“Lo más importante de la comunicación es escuchar lo que no se dice”

Peter Drucker

Contenidos Centrales

- Cultura Organizacional y Modelo de Comunicación.
- Integración de la Comunicación. Dinámica comunicacional.
- Comunicación y Gestión de la Información. Comunicación Informativa.
- Comunicación escrita. Informes, reportes y otras formas de comunicación.
- Comunicación Interpersonal. Escucha activa. Comunicación asertiva.
- Comunicación y Programación Neurolingüística (PNL)
- Comunicación y principios del Coaching Ontológico. Observar al observador.
- Juicios Positivos y Juicios Negativos. Retroalimentación.
- Comunicación en los conflictos personales y grupales.
- Comunicación verbal. Comunicación no verbal.
- Comunicación en los equipos de trabajo.
- Comunicación en las reuniones de trabajo.
- Comunicación, Persuasión y Motivación.
- Comunicación para la Negociación.
- Comunicación Directa con públicos internos y externos. Preparación para hablar en público.
- Comunicación Mediática. Imagen y Comunicación.
- Preparación de Directivos y Mandos Medios para la comunicación mediática.
- Preparación de Voceros. Relación con los medios.
- Comunicación de Crisis.
- Comunicación en Internet y Medios Digitales. Web 2.0

Trabajo en Equipo

“En una cultura donde existe confianza, la gente se controla a sí mismo conforme al acuerdo”

Stephen R. Covey

Contenidos Centrales

- Grupos y Equipos de Trabajo. Análisis comparativo.
- Conformación y desarrollo de Equipos de Trabajo. Diagnóstico de Situación.
- Fases para la conformación de Equipos de Trabajo.
- Transformación de grupo a Equipo de Trabajo.
- Tipologías de Equipos de Trabajo. Cómo trabajar en equipo.
- Equipos Auto-gestionados.
- Equipos de Alto Rendimiento.
- Equipos de Trabajo a Distancia.
- Equipos Multiculturales.
- Delegación efectiva. Autonomía y nivel de Responsabilidad.
- Medición de resultados y desempeño. Indicadores de Performance.
- Roles Funcionales y Disfuncionales. Normas Grupales.
- Dinámica grupal. Dinámica del equipo de trabajo.
- Evolución de Equipos de Trabajo. Aprendizaje.
- Toma de Decisiones en los equipos. Cohesión grupal.
- Liderazgo y Equipos de Trabajo. Líder y Motivación de equipos.
- Liderazgo Situacional.
- Administración eficaz del tiempo en los equipos de trabajo.
- Reuniones efectivas en los equipos de trabajo.
- Comunicación y Equipos de Trabajo. Dinámica de la comunicación.
- Manejo de la información. Criterios y claves.
- Resolución de conflictos y Equipos de Trabajo. Negociación.
- Creatividad e Innovación en los Equipos de Trabajo.



Negociación y Conflictos

“Cada vez que la gente intercambia ideas con la intención de relacionarse, uno de ellos está negociando”

Gerard Nierenberg

Contenidos Centrales

- Situaciones de negociación. Por qué y para qué negociar.
- Teorías del Conflicto. Poder, intereses y conflicto.
- Dinámica del Conflicto. Conductas frente al Conflicto.
- Métodos Alternativos de Resolución de Conflictos.
- Estilos de Negociación.
- Proceso de Negociación. Gestión del tiempo.
- Comunicación para la Negociación. Escucha activa. Persuasión.
- Obstáculos para la Negociación. Identificación y claves para evadirlos.
- Preparación de la Información para una negociación efectiva.
- Negociación e Inteligencia Emocional.
- Manejo de las emociones para negociar mejor.
- Métodos de Negociación.
- Estrategias de Negociación.
- Modelo de Harvard de Negociación.
- Negociación en el interior de la empresa.
- Negociación en equipos de trabajo.
- Negociación y cultura organizacional.
- Negociación interna y externa.

Administración del Tiempo

“Saber escoger el tiempo es ahorrar tiempo”

Francis Bacon

Contenidos Centrales

- Concepto y Objetivos de la Administración del Tiempo.
- Tiempo laboral. Tiempo libre. Roles privados. Vinculación.
- El tiempo como factor estratégico de la organización, el equipo de trabajo y la persona.
- Modelos de Administración del Tiempo. Modelos según tipo de trabajo y autonomía.
- Sistemas organizacionales y personales de administración del tiempo. Sincronización.
- Estrategias de la Administración del Tiempo. Diseño de la estrategia específica.
- Sistematización de Roles y administración del tiempo. Priorización.
- Factores intervinientes en la administración del tiempo. Personas y tareas.
- Identificación de hábitos personales. Tiempo de calidad. “Desperdiciadores” del tiempo.
- Delegación eficaz y administración del tiempo. Por qué y cuándo delegar.
- Uso del e-mail y el teléfono en la administración del tiempo.
- Incidencia de los Sistemas de Información y Documentación en la administración del tiempo.
- Programas de Administración del Tiempo. Sincronización de áreas funcionales, temas y departamentos.
- Armado de Agendas compartidas y Agendas individuales. Organizadores del tiempo.
- Reuniones eficaces. Gestión de reuniones. Reuniones de equipos de trabajo.
- Toma de decisiones y administración del tiempo.
- Seguimiento del Uso del Tiempo. Análisis y evaluación del uso del tiempo. Tablas de registro de tareas.



Estrategia de Clientes

Contenidos Centrales

- El Cliente como eje clave del Negocio.
- Inteligencia de Clientes. Valor del Cliente.
- Segmentación de Clientes. Perfiles de Clientes. Nuevos Modelos.
- Base de Datos de Clientes. Interpretación y eficacia de Datos.
- Cuentas Claves de Clientes. Administración y desarrollo.
- Cartera de Clientes. Activos y Gestión de Rendimiento.
- Ciclo de Vida del Cliente. Valor histórico y esperado.
- Clienting. Integración de Marketing, Ventas y Servicio al Cliente.
- CRM y Social CRM - Gestión de Relaciones con el Cliente.
- CRM Operativo, Analítico y Colaborativo.
- Ventas. Inteligencia de Ventas. Venta Estratégica. Ciclo de Venta.
- Negociación colaborativa en la venta y en la atención al cliente.
- La información de post-venta como factor de la inteligencia de ventas.
- Experiencia del Cliente y Marca. Branding Interno y Externo.
- CEM. Gestión de la Experiencia del Cliente. Customer Experience Management.
- Mapa de Puntos de Contacto. Momentos de la Verdad.
- Fidelización de Clientes. Estrategias y Programas.
- Fidelización de Distribuidores y Aliados. Channel Relationship Manager.
- Atención y Servicio al Cliente. Customer Care.
- Atención Personal al Cliente. La presencia física y el rapport.
- Atención al Cliente en Puntos de Venta.
- Atención al Cliente Telefónica y Digital.
- Escucha activa. Estrategias para Clientes conflictivos.
- Habilidades comunicacionales e Inteligencia Emocional.
- Manejo creativo de quejas y reclamos.

“Emplea mucho tiempo en hablar con los clientes cara a cara.

Te sorprenderá saber cuantas compañías no escuchan a sus clientes”

Ross Perot

Inteligencia Comercial

“El marketing se está convirtiendo en una batalla basada más en la información que en el poder de las ventas”

Philip Kotler

Contenidos Centrales

Inteligencia de Clientes

- El Cliente como eje clave del Negocio.
- Base de Datos de Clientes. Interpretación y eficacia de Datos.
- Inteligencia de Clientes. Valor del Cliente.
- Segmentación de Clientes. Perfiles de Clientes.
- Nuevos modelos de Segmentación y de Perfiles.
- Clienting. Integración de Marketing, Ventas y Servicio al Cliente.
- Cuentas Claves de Clientes. Administración (KAM)
- Cartera de Clientes. Activos y Gestión de Rendimiento.
- Ciclo de vida del cliente. Valor histórico y esperado.
- Inteligencia de Ventas. Venta Estratégica.

Inteligencia de Canales – Comunicación, Contacto y Venta.

- Canales de distribución. Índice de valor económico de los Puntos de Venta.
- Tipología de clientes por Punto de Venta.
- Redes de Venta. Información Comercial de los Agentes.
- Experiencia del Cliente. CEM. Proceso y experiencia de compra.
- Identificación y Mapeo de Puntos de Contacto.
- Comunicación comercial. Marketing directo y Publicidad.
- Ejecución de campañas de e-mailing. Métricas fundamentales.
- Ejecución de campañas a través de telemarketing.
- El teléfono como integrador de respuestas a las acciones de marketing directo.
- Marketing integrado con la fuerza de ventas y la red de distribución.
- Gestión de e-Commerce.
- Inteligencia Digital. Indicadores Claves.



Gestión de Clientes - CRM

Contenidos Centrales

“Si realmente logras impresionarlos, los clientes se lo contarán unos a otros. La palabra que circula de boca en boca es muy poderosa”

Jeff Bezos

- CRM y Cultura Empresarial.
- CRM. Datos. Procesos. Herramientas Tecnológicas.
- Del CRM al Social CRM. Redes Sociales. Ventas Directas. Web. e-Mailing.
- Planificación de un Sistema CRM: elementos fundamentales.
- CRM Operativo, Analítico y Colaborativo.
- Optimización de Contactos. Adquisición y Reactivación.
- SFA - Automatización de la Fuerza de Ventas.
- EMA - Automatización de campañas de Marketing.
- Análisis y Optimización de Campañas.
- Dashboard en el CRM - Tablero de Comando e Indicadores.
- Programas de Fidelización de Clientes.
- La importancia de la Segmentación en la fidelización.
- Estrategias de vinculación del Cliente con la Marca.
- Comunicación Integrada y Fidelización de Clientes.
- Branding Content. Gestión de Contenidos de Marca.
- Plan de Fidelización: claves y estructura.
- Procesos y Acciones de Fidelización.
- Marketing de permiso.
- Métricas aplicadas a los programas de fidelización de clientes.
- Fidelización de Distribuidores y Aliados. Channel Relationship Manager.
- Control de los costes de los programas de fidelización.
- Entornos 2.0 y Fidelización 2.0



Experiencia del Cliente - CEM

Contenidos Centrales

“Trate de que la ‘experiencia’ de la marca supere la ‘percepción’ que se tiene de ella”

Stan Rapp

- CEM. Experiencia del Cliente. Customer Experience Management.
- CEM. Integración de Personas, Procesos y Tecnologías.
- CEM. Integración de Marketing, Ventas, Logística, Servicio y Soporte.
- Proyectos de Experiencia del Cliente. Fases y estrategias.
- Factores claves de Investigación de la Experiencia del Cliente.
- Revisión del Branding interno y externo.
- Planes de Comunicación Interna. Planes de Comunicación de Marketing.
- Ciclo del Servicio. Identificación y Mapeo de Puntos de Contacto.
- Proceso y Experiencia de Compra. Mapa de Puntos de Contacto.
- Diseño de la Experiencia del Cliente.
- Implementación de la Experiencia del Cliente.
- Medición de la experiencia del Cliente. Compra memorable.
- Identificación y Evaluación de Canales. Integración de Canales.
- Momentos de la Verdad en la Decisión de Compra.
- Internet y Medios Digitales en la Experiencia del Cliente.
- Google Analytics en el entorno del e-Commerce.
- ZMOT y Google. Momento Cero de la Verdad. Decisión de Compra.
- Social Media Análisis. Modelización. Modelo de Atención 2.0
- RTPO. Experiencia del Cliente en Tiempo Real. Real Time Process Optimization.



Atención y Servicio al Cliente

Contenidos Centrales

“Tu objetivo como empresa no es tener solamente el mejor servicio al cliente, sino que sea legendario”

Sam Walton

- Atención y Servicio al Cliente. Customer Care.
- Atención Personal al Cliente. La presencia física y el rapport.
- Atención al Cliente en Puntos de Venta.
- Call y Contact Centers. Atención Telefónica al Cliente.
- Escucha activa. Estrategias para Clientes conflictivos.
- Habilidades comunicacionales e Inteligencia Emocional.
- Manejo creativo de quejas y reclamos.
- Negociación colaborativa en la Atención al cliente y en la Venta.
- La Información de post-venta como factor de la inteligencia de venta.
- Calidad del Servicio. Quality Assurance (QA)
- Costos, Productividad y Calidad del Servicio.
- Indicadores Claves. Monitoreo de Calidad.
- Modelos de Calidad del Servicio. Modelos del Servicio.
- Satisfacción del cliente. Expectativas y Percepción.
- Información y Formación al Cliente.
- Sistemas de Autoservicio. Preguntas Frecuentes (Faqs)
- Televentas. Nuevas técnicas de Venta Telefónica.
- Internet. Entornos 2.0 de Atención y Servicio al Cliente.
- Marketing Interactivo y Digital. Gestión de Campañas.



Ventas

“El vendedor de éxito se preocupa primero por el cliente, y luego por los productos.”

Philip Kotler

Contenidos Centrales

- Liderazgo y conducción de Equipos de Venta.
- Dirección Comercial. Acciones Comerciales. Gestión de Clientes.
- Inteligencia de Ventas. Información y datos: clientes, productos, servicios, imagen, competencia, otras variables consideradas.
- Nuevos perfiles de clientes y prospectos.
- Procesos de compra. Momentos de la Verdad. Experiencia del Cliente.
- Formación en Ventas. Conocimientos, aptitudes y actitudes para la Venta.
- Modelos de Venta. Modelos tradicionales y nuevas tendencias. Metodologías.
- Reuniones del Equipo de Venta.
- Preparación de Propuestas de Valor. Presentaciones creativas.
- Comunicación en la Venta. Identidad, Imagen y Reputación.
- Organización del tiempo y del trabajo en las Ventas.
- Estrategia, Tácticas y Técnicas de Venta. Nuevas Herramientas.
- Negociación en el contexto de la Venta.
- Inteligencia emocional en la Venta. Neuro-Marketing.
- Marketing y Venta de Productos y Servicios.
- Venta Consultiva y Venta Estratégica. Programa integral.
- Venta Telefónica y Telemarketing. Programa integral.
- Venta online. e-Commerce. Campañas.
- Internet y la Venta Telefónica.
- Integración del Área de Ventas en la Empresa.
- Venta, pre-venta y post-venta. Vínculos y potencialidades.



Modalidad del Servicio

Cursos In Company – Propuestas a medida



En función de los ejes temáticos y contenidos de capacitación que sean de interés de su empresa, le proponemos el siguiente proceso de interacción previo a la contratación de nuestros servicios:

1.- Reuniones de Diálogo

Conocer su empresa y dialogar para identificar sus necesidades y requerimientos y los objetivos a alcanzar en materia de capacitación.

2.- Creación ó adaptación del programa o actividad de capacitación

Elaborar un programa de formación específico para su empresa que responda a las necesidades y objetivos identificados, creando nuevos módulos de contenidos o bien, adaptando los módulos de contenidos de capacitación existentes.

3.- Reunión de Acuerdo

Una vez presentado el diseño de la capacitación es analizado conjuntamente con la empresa para ajustarlo, si fuera necesario, y validarlo antes de su implementación, definiendo, además, el cronograma de actividades de capacitación y lugar de cursada.

4.- Reporte y seguimiento de resultados de la capacitación

Se podrá acordar con la empresa la realización de un seguimiento de los resultados del programa de capacitación desarrollado, de acuerdo a metas específicas previamente establecidas.

Método de Enseñanza-Aprendizaje

Aprender para “Saber Actuar con Inteligencia”



Nuestro método para el diseño de contenidos y la puesta en práctica del proceso de enseñanza-aprendizaje está basado en cuatro premisas:

1.- Consistencia Conceptual

Enfoques temáticos integrales y vinculados, jerarquización de contenidos, desarrollo de pensamiento crítico y pensamiento creativo en los participantes, sistema de “unidades de información” graduales y relacionadas.

2.- Practicidad y Aplicabilidad real

Presentación de casos reales con perfil local y global, planteo y análisis de problemas y conflictos propios de la empresa-cliente y sus equipos o departamentos, análisis de funciones y tareas.

3.- Participación e Interacción

Autodiagnósticos, test, debates, prácticas y actividades en equipo, juego de roles, acciones de defensa de posiciones e intereses.

4.- Recursos combinados e innovadores

Videos, material escrito, herramientas de Internet, recursos multimediales, actividades corporales para aprendizaje kinestésico (yoga, teatro, deportes, etc.)

Nuestra propuesta de valor = beneficios para el Cliente

Resultados concretos en 4 dimensiones

En todas nuestras Actividades de Capacitación consideramos las **4 dimensiones** esenciales de la dirección y la gestión empresarial: las personas, la organización, la dinámica de la comunicación y los nuevos recursos tecnológicos de información aplicables en el entorno laboral, de manera de **garantizar soluciones integrales y sostenibles** a los problemas de Management planteados por la empresa.



Nuestro enfoque diferencial brinda los siguientes beneficios concretos al cliente:

Las Personas

Ayudamos a los participantes a desarrollar y aplicar las 10 habilidades cognitivas, emocionales y socio-activas promovidas por la **Organización Mundial de la Salud (OMS)** en sus Conferencias sobre la Promoción de la Salud y Salud Ocupacional, cuya efectividad para el aumento de la productividad y para la mejora del clima laboral y la salud ocupacional está comprobada.

La Organización

Al planear e implementar la capacitación, consideramos especialmente el modelo organizacional adoptado por la empresa interviniente, a partir del cual utilizamos recursos de enseñanza-aprendizaje que inciden de manera directa en la innovación cultural y técnica del modelo organizacional existente.

Dinámica de la Comunicación

A nivel organizacional nos basamos en los conceptos de “comunicación integrada” y “Dircom” que consideran a la comunicación como un eje integrador de los actores y los procesos de la organización y, a nivel interpersonal, nuestros fundamentos se encuentran en las nuevas ciencias de la comunicación, que ayudan a mejorar la interacción de las personas en los equipos y en los departamentos.

Recursos tecnológicos

Hoy, los avances tecnológicos afectan la manera de trabajar y hacer negocios por lo que la tecnología no puede soslayarse. Por ello, en todos los temas de capacitación facilitamos a los participantes conocimientos prácticos sobre el mejor uso y aprovechamiento de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), Internet y recursos Web 2.0 aplicables a la materia de capacitación tratada.

Qué, Quiénes y Por qué

Alta Performance – Responsables y Fundamentos

Leader's Time es un equipo multidisciplinario de profesionales especializado en Performance Services, que tiene por objetivo fundamental maximizar el rendimiento de los recursos de su empresa, aumentar la productividad y mejorar la calidad de vida ocupacional, garantizando resultados integrales y sostenibles.



tenerunsitio.com

HL & Asociados

Producto de un acuerdo de colaboración entre **Tener un Sitio.com** y el equipo profesional de **HL y Asociados**, **Leader's Time** suma conocimientos y experiencia en la consultoría y la capacitación de empresas y otras organizaciones, trabajando con un enfoque estratégico y dinámico.

Los principales servicios ofrecidos son:

- Capacitación en Nuevo Management, Destrezas Ejecutivas y Gestión de RR HH.
- Capacitación en Innovación Comercial, Habilidades Comerciales y Gestión de Clientes
- Capacitación en el uso estratégico de Internet, Nuevas Tecnologías y Medios Digitales, su relación con la Cultura 2.0 y la Generación Y.
- Coaching de Grupos de Trabajo. Modalidades de Trabajo en Red.
- Consultoría y Capacitación en Teletrabajo.
- Consultoría en Procesos, Indicadores de Rendimiento y Buenas Prácticas de Gestión.
- Implementación de Sistemas de Reporting. Dataflows. Dashboards.

“Porque el pensamiento estratégico y la proactividad son nuestro día a día”

Confían en Nosotros

Algunos de nuestros Clientes

Colaboramos con nuestros clientes poniendo a su servicio nuestros conocimientos, experiencia y recursos para que puedan alcanzar siempre un alto desempeño.

Le presentamos aquí algunos de ellos:





www.leaderstime.com.ar

info@leaderstime.com.ar

Tel. +54 11 4671-8872 / +54 911 4404-9255

Ciudad de Buenos Aires - Argentina