



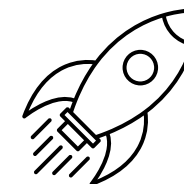
Programa formativo de crecimiento empresarial

HERRAMIENTAS PRÁCTICAS
DE CRECIMIENTO
Y GESTIÓN NEGOCIO

Duración 60h

Abril: 10, 12, 17, 19, 24 y 26
Mayo: 8, 10, 15, 17, 22, 24, 29 y 31
Junio: 5

¿QUÉ VAS A APRENDER CON ESTA FORMACIÓN? A CÓMO HACER CRECER TU NEGOCIO DESDE LA SITUACIÓN ACTUAL



ETAPA I - COMPRENDER

1. Entender los cambios, tendencias y oportunidades en la nueva economía.

- Identificar mejoras críticas en tu modelo de negocio.
- Detectar nuevas oportunidades que impulsen tu crecimiento.
- Aprender a diseñar una buena Estrategia que te diferencie de tus competidores.

ETAPA II - OPTIMIZAR

2. Aprender a crear una Marca de impacto que la gente distinga.
3. Aprender a diseñar un Sistema de Marketing y Ventas moderno que genere un verdadero flujo de ventas.
4. Aprender a construir y liderar un Equipo de alto rendimiento.
5. Entender las Finanzas de tu negocio para tomar decisiones y planificar tu crecimiento.

El desarrollo de este curso consistirá en aplicar la metodología “Growers”, enfocada 100% en crear y ejecutar una Estrategia sólida de negocio que genere mayores beneficios, menos caos y más libertad para el empresario.

Aplicaremos un enfoque holístico en el que todo, desde el producto o servicio hasta tu marca, el marketing y ventas, la tecnología, las finanzas o tu equipo y procesos ha de estar alineado a una misma Estrategia de Crecimiento.

METODOLOGÍA DEL PROGRAMA FORMATIVO DE CRECIMIENTO'



Los alumnos van a aprender estrategias de crecimiento probadas y herramientas prácticas para hacer crecer su negocio desde la situación actual.

Desde el primer día te sumergirás directamente en la optimización de los cinco elementos que determinan el crecimiento de un negocio:

Estrategia- Marca- Marketing y ventas- Equipo y procesos- Finanzas

Sabrás rápidamente qué partes de tu negocio funcionan bien y qué partes están frenando el negocio. Qué cambios y tendencias de mercado te afectan y dónde están las oportunidades. Definirás una Visión de futuro clara e inspiradora, más `5 pasos valientes´ para conseguirla.

Al acabar el programa tendrás marcadas unas metas claras y contarás con un Plan de Acción claro y sencillo para llevar tu estrategia del papel a la realidad.

METODOLOGÍA DEL PROGRAMA FORMATIVO DE CRECIMIENTO'



Una buena **ESTRATEGIA** que te diferencie de empresas similares



Una **MARCA** con carácter que la gente distinga



Un sistema de **MARKETING Y VENTAS** eficaz



Un **EQUIPO** comprometido y bien organizado



Una gestión **FINANCIERA** inteligente

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA I- COMPRENDER

MODELO DE NEGOCIO. CONTEXTO EXTERNO. VISIÓN DE FUTURO

¿Qué partes de la empresa funcionan y qué partes no funcionan?

Comenzaremos el programa identificando las fortalezas y debilidades de tu negocio. Trabajaremos con herramientas sencillas para entender rápidamente tu negocio como un todo y las diferentes piezas que deben encajar.

ENTORNO: ¿QUÉ ESTÁ PASANDO AHÍ FUERA?

¿Dónde está creciendo la demanda y dónde no? ¿Qué modelos de negocio está pidiendo el mercado y cuáles no?
¿Qué oportunidades y riesgos se presentan para tu empresa?

Aprenderás varias tendencias globales que están cambiando las reglas de los negocios y que debes comprender con urgencia.

- Aceleración digital y cambios tecnológicos.
- Alta competencia e innovación.
- Polarización de la demanda. Propuestas High-end y Low-cost.
- Sostenibilidad: Una nueva forma de pensar.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA I- COMPRENDER

ESTRATEGIA Y MODELO DE NEGOCIO ¿DÓNDE ESTAMOS HOY?

¿Qué va a hacer tu negocio de manera diferente a tus competidores para darte una ventaja y ganar?
Si quieres crecer más rápido necesitas una buena Estrategia que verdaderamente te diferencie.

- 4 grandes estrategias para crecer.
- Las 3 estrategias genéricas para ganar a tus competidores.

Obtendrás una visión completa de todo el mecanismo de tu negocio con la herramienta CANVAS. Reflexionarás (de forma guiada) sobre los elementos clave que configuran tu Modelo de Negocio.

- Segmentos de clientes: ¿A quién debemos vender?
 - Propuesta de valor: ¿Qué debemos vender? ¿Qué representa tu Marca?
 - Fuentes de ingresos: ¿Cómo y dónde vamos a generar ingresos?
 - Canales: ¿Cómo vamos a conseguir clientes?
 - Recursos y actividades clave: ¿Cómo nos vamos a organizar? Personas, recursos y actividades
 - Partners clave: ¿Qué colaboradores externos son clave?
 - Estructura de costes: ¿Cuál es tu estructura de costes?
- 3 preguntas para evaluar tu propuesta de valor.
 - 6 preguntas para evaluar tu modelo de negocio completo.

- Activos y fortalezas clave.
- Debilidades y problemas.
- Áreas a mantener/potenciar y problemas a solucionar.

VISIÓN DE FUTURO ¿A DÓNDE QUIERES IR?

“Si no sabes dónde quieres ir, nunca vas a llegar”, Definirás tu Visión de futuro + 5 pasos valientes. Tu aspiración ganadora que marque una dirección clara e inspire y conecte a tu equipo, colaboradores y clientes.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA II - OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

Tras analizar tu Estrategia y Modelo de Negocio actual, en esta etapa vamos a profundizar en 4 de sus elementos:

Tu Marca, Marketing y Ventas, Equipo y procesos, Finanzas.

4 elementos esenciales que debes optimizar para DISPARAR tus ingresos y beneficios y para SOSTENER el crecimiento.

1. MARCA - ¿CÓMO CONSTRUIR UNA MARCA DE IMPACTO?

Ya no basta con tener un buen producto o servicio. Necesitamos saber vender en un contexto de RUIDO comercial. Para que la gente te escuche y te compre primero es fundamental definir tu Marca única. En este paso aprenderás a definir tu identidad de Marca. Un paso clave para que tu sistema de ventas FUNCIONE.

● Estrategia de marca:

- Marca personal y marca corporativa ¿Qué va primero, el huevo o la gallina?
- Arquitecturas de marcas: la estructura de roles y jerarquías entre nuestras marcas para definir una posición competitiva.
- ADN de marca: La marca como individuo con personalidad propia.

- Arquetipos de personalidad
- Promesas de marca
- Propósito (o Misión) y Valores corporativos
- Cultura corporativa, definiendo el comportamiento
- Manifiesto de marca

● Identidad visual y verbal:

- Naming. Registro de marca. Claims y taglines corporativos
- Mensajes de marca: Decir lo que haces
- Manual de marca, ¿para qué sirve y cómo leerlo?

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA II - OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

1. MARCA - ¿CÓMO CONSTRUIR UNA MARCA DE IMPACTO?

- La experiencia de usuario, el cliente en el centro: Hacer lo que dices
Por medio de un workshop grupal y dinámico, construiremos el viaje de un cliente desde que es consciente de la existencia de una marca, pasando por la experiencia de compra y posterior proceso de fidelización.
- Inspiración: Pequeñas marcas poderosas y Responsabilidad Social Competitiva.
Conoceremos pequeñas y medianas empresas que construyen su oportunidad competitiva creando significado, aportando valor y mejorando nuestro mundo.
- Tramitación del Registro de tu marca y el nombre comercial: des de la Cámara de comercio registramos tu marca e imagen corporativa.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA II - OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

2. MARKETING Y VENTAS

¿CÓMO CONSEGUIR CLIENTES DE FORMA CONSTANTE?

Tener un sistema para conseguir clientes es algo crítico para generar un crecimiento sostenible. En este paso vamos a identificar el “embudo de ventas” más efectivo para tu negocio. Un sistema (on-off line) que te permitirá llegar a tus clientes ideales, generar interesados y construir un verdadero flujo de ventas.

- Perfil de tus clientes ideales: Entiende lo que quieren y sus problemas.
- Customer Journey: Identifica el proceso de compra habitual de tu cliente para diseñar tu proceso de ventas on/off line.
- Las 5 palancas para crecer en clientes, ingresos y beneficios.

Tácticas para generar interesados en tus productos/servicios.

Tácticas para aumentar la ratio de conversión de interesado a cliente.

Tácticas para aumentar el ticket medio por cliente.

Tácticas para aumentar la frecuencia de compra del cliente.

Tácticas para aumentar el margen de beneficio.

SISTEMA DE MARKETING DIGITAL

Un error común de los empresarios es delegar en una agencia el marketing digital sin tener conocimiento de los fundamentos. El marketing digital es algo estratégico para tu negocio. Para delegar debes entender sus fundamentos y la estrategia global.

En este paso aprenderás los fundamentos del Marketing Digital y cómo aplicarlos en tu negocio.

- Por qué integrar el poder digital es esencial para tu empresa.
- Estrategia y planificación: Desarrollo de un plan de marketing digital adaptado a la empresa. ¿B2B? ¿B2C? ¿Ecommerce?

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA II - OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

SISTEMA DE MARKETING DIGITAL

Plataformas y Herramientas.

- Sitios web y SEO: Las 7 secciones clave de una buena web (que vende). Optimización para motores de búsqueda, diseño web adaptativo.
- Marketing de contenidos: Creación y distribución de contenido de valor.
- Redes sociales: Estrategias para Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, entre otros.
- Email marketing: Cómo crear campañas efectivas y personalizadas.
- Publicidad on line: Google Ads, publicidad en redes sociales, y retargeting.

Medición de Resultados y Análisis

- Analítica web: Uso de Google Analytics para medir y optimizar la estrategia. El mundo sin cookies.
- Optimización continua: Cómo utilizar los datos para mejorar y ajustar la estrategia.

Tendencias y Futuro del Marketing Digital

- Marketing de influencia: Cómo colaborar con influencers para promocionar la marca.
- Automatización de marketing: Herramientas y estrategias para automatizar tareas y procesos.
- Inteligencia artificial y personalización: Uso de la tecnología para personalizar la experiencia del usuario.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA II - OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

3. EQUIPOS Y PROCESOS

Cuando empiezas a crecer las cosas se pueden complicar. Necesitas atraer, organizar y mantener a las personas adecuadas, para hacer el trabajo adecuado, de la forma adecuada.

Las personas marcan la diferencia entre empresas. En este paso, nos centramos en claves y herramientas para construir y gestionar un equipo de alto rendimiento.

Ámbitos de actuación:

■ PERSONAS:

Es fundamental conocer qué necesito, qué tengo, cómo lo tengo, cuánto me cuesta y cómo podría ser más eficiente para ser más rentable.

- ¿Tenemos a las personas adecuadas en los puestos adecuados?
- Detección de necesidades de personal
- Detección de necesidades formativas
- Políticas de retribución e incentivos
- Diseño o rediseño del organigrama
- Cómo es el clima laboral en tu negocio
- ¿El personal está motivado? Cómo no desmotivar a tus empleados.
- Revisión de costes de personal
- Análisis y propuesta de redimensión de plantillas

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA II - OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

3. EQUIPOS Y PROCESOS

■ LIDERAZGO:

Si quieres un gran equipo, necesitas ser un gran líder y tener un gran proyecto.
Un jefe mediocre, con un proyecto mediocre, atrae a empleados mediocres.

- Cómo lidera un buen líder
- Toma de decisiones
- Gestión del tiempo
- Comunicación de directrices y objetivos
- Trabajo en equipo
- Delegación
- Motivación. Cómo NO desmotivar a tus empleados.
- Gestión del cambio
- Gestión de la incertidumbre

Usaremos herramientas como la Rueda del Liderazgo, el DAFO del empresario, Acercar/Alejar, 50/50, Status quo vs meta, Plan de acción del Líder.

- Gestión del estrés
- Gestión emocional del líder
- Herramientas de gestión de equipos
- Análisis de la tipología de comportamiento profesional (modelo DISC) enfocado a empresarios y directivos.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA II - OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

3. EQUIPOS Y PROCESOS

■ PROCESOS:

Sistematiza el negocio para entregar una calidad constante a los clientes. Para ser más eficientes y así aumentar la rentabilidad reduciendo costes. Y para hacer que el negocio pueda a llegar a funcionar SIN TI.

- ¿Tenemos definidos y documentados los procesos básicos de trabajo?
- ¿En todas las áreas?
- ¿Son adecuados?
- ¿Qué procesos faltan?
- ¿Qué necesitamos para ser más eficientes en esos procesos?
- ¿Quién forma parte de ellos?
- ¿Todos conocen los procesos?
- ¿Quién toma las decisiones?
- Cómo afectan los procesos a la rentabilidad de la empresa y cómo debemos adaptarlos para ser más eficaces.
- Análisis de flujos de comunicación interna

Gracias a estas cuestiones lograremos identificar, mejorar y documentar los procesos habituales del negocio. Para ello se utilizarán herramientas como: diagramas de flujo, matriz RACI, checklists, etc.

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA II - OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

4. FINANZAS DE TU NEGOCIO

El lenguaje de los negocios no es el inglés. Son los números. ¿Entiendes lo que está diciendo tu negocio? Saber interpretar las finanzas de tu negocio es algo **BÁSICO** para gestionar una empresa y hacerla crecer de forma sostenible.

Cómo interpretar los estados financieros de tu empresa de forma sencilla:

- Análisis del Balance de Situación y sus principales partidas.
- Análisis de la Cuenta de Resultados y sus principales partidas.
- Evolución y estacionalidad de las ventas.
- Análisis de ingreso por cliente y/o por línea de negocio.
- Análisis de la estructura de costes en comparación con el sector y su evolución reciente.
- Análisis del Beneficio (composición EBITDA y evolución).
- Punto de equilibrio (ventas necesarias para cubrir los costes) y análisis de sensibilidad.
- Principales Ratios de gestión (productividad, eficiencia, liquidez, solvencia, rentabilidad...)
- Estructura de la deuda y Pool Bancario.
- Análisis de la generación de liquidez (cash flow)

PROYECCIÓN FINANCIERA DE MI NEGOCIO

Cómo planificar tu crecimiento a través de los números.

Proyección financiera de hacia dónde quiero ir con la elaboración de un Business Plan a 3 años:

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA II - OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE LA EMPRESA

4. FINANZAS DE TU NEGOCIO

- Construcción de los supuestos (drivers) de la proyección.
- Proyección de las inversiones a acometer en los próximos años.
- Proyección de la financiación a solicitar junto con los costes financieros asociados.
- Proyección de las ventas teniendo en cuenta los diferentes productos ofrecidos.
- Proyección de los costes (costes de personas, otros gastos de explotación, amortizaciones...)
- Proyección de la Cuenta de Resultados y de los flujos de caja libres.
- Construcción de diferentes escenarios analizando cómo puede impactar en la liquidez de la empresa, el resultado económico y la recuperación de la inversión.
- Análisis del punto de equilibrio: ventas mínimas necesarias para cubrir todos los costes.
- Propuesta de financiación (importe a solicitar, destino de los fondos, condiciones...)
- Análisis generación de caja.

GESTIÓN DE TESORERÍA Y FUENTES DE FINANCIACIÓN

Cómo realizar el plan de crecimiento gestionando adecuadamente la tesorería y utilizando de forma eficiente las diferentes fuentes de financiación que están a mi disposición.

- Gestión de Tesorería
- Presupuesto de Tesorería
- Selección de Fuentes de Financiación

CONTENIDO DEL PROGRAMA

ETAPA III - EJECUCIÓN

PLANIFICACIÓN DE LA EJECUCIÓN

“La visión sin ejecución solo es una alucinación” (Henry Ford)

¿Cómo crear un Plan de Acción claro y sencillo para llevar la estrategia del papel a la realidad? ¿Qué rutinas nos pueden facilitar ejecutar con excelencia para hacer que las cosas ocurran?

- Largo plazo (3-5 años): 5 grandes pasos valientes
- 1 año: 5 objetivos
- Trimestre:

- ✓ Los 3 objetivos `salvajemente prioritarios`
- ✓ Acciones
- ✓ Fechas
- ✓ Responsables

La excelencia en la ejecución necesita un proceso de seguimiento disciplinado, un modelo simple de indicadores y un sistema de reuniones eficaces que facilitan el avance.

Fundamental aprender a:

- Priorizar: Saber identificar y enfocarse en lo que realmente mueve el negocio.
- Datos: Saber obtener y utilizar los datos necesarios.
- Comunicación: Saber mantener reuniones eficaces.