



Detalle de cursos
y talleres realizados

FORMACIÓN PROFESIONAL DE FACILITADORES

(TRAIN THE TRAINER)

El seminario taller Formación profesional de facilitadores (Train the trainer) está diseñado para acompañar al participante en el proceso de desarrollo de las competencias necesarias para ejecutar actividades de capacitación.

Objetivos específicos del taller:

- Conocer técnicas e ideas para desarrollar sesiones de entrenamiento dinámicas y productivas.
- Superar el nerviosismo y ansiedad típicos en muchos facilitadores.
- Crear ambientes favorables de aprendizaje.
- Conducir sesiones de entrenamiento dirigidas a objetivos específicos de aprendizaje.

El taller está dividido en cuatro sesiones que permitirán trabajar sobre los siguientes temas:

1. Introducción al proceso de capacitación de adultos

- El ciclo de aprendizaje.
- Competencias de un buen facilitador
- Principios de andragogía: ¿cómo aprenden los adultos?

2. Habilidades de presentación

- Control del nerviosismo y la ansiedad
- Habilidades de comunicación oral: vocabulario, inflexiones de voz, modulación
- Manejo efectivo de la comunicación no verbal: gestos, postura, contacto visual
- La elaboración y el uso eficaz de ayudas visuales con diapositivas, transparencias, láminas de papel, tablero.

3. Destrezas instruccionales

- Aplicación de principios de aprendizaje de adultos.
- Determinación de los contenidos de un curso por sesión
- Redacción de objetivos de aprendizaje.
- Selección de métodos de aprendizaje e instrucción
- Manejo de discusiones grupales
- Retroalimentación a los participantes
- Resumen de los puntos importantes de una sesión de facilitación.

4. Habilidades de facilitación

- Establecimiento del clima positivo para el aprendizaje.
- Inicio de un curso con un alto impacto.
- Participación activa de los integrantes del curso.
- Administración del tiempo de cada sesión.
- Motivación en el aula
- Utilización de dinámicas
- Manejo de situaciones con participantes problemáticos

5. Evaluación del proceso de entrenamiento

- Evaluación de los aprendizajes.
- Transfiriendo el aprendizaje al trabajo.

HABILIDADES DE PRESENTACIÓN

PARA COMUNICAR, IMPACTAR Y VENDER

Dirigido a todo(a) ejecutivo(a) que requiera hacer presentaciones profesionales ante un grupo de personas.

Resultados que se obtienen

1. Proyección de una imagen segura y relajada
2. Autocontrol
3. Utilización eficaz de ayudas visuales
4. Manejo efectivo de la audiencia y sus reacciones

Objetivos

1. Reconocer factores que afectan el desempeño en la realización de presentaciones.
2. Representar exposiciones comerciales ante público a fin de analizar y establecer los factores que las hacen más efectivas.
3. Elaborar y utilizar los recursos de apoyo en una presentación a fin de lograr una mayor efectividad.

Temas a tratar

1. ¡Cómo matar una presentación! Factores que afectan el desempeño en la realización de presentaciones.
2. Técnicas de comunicación eficaz
3. Los tres momentos cruciales en una presentación
4. Manejo de grupos
5. Respondiendo las preguntas del público
6. El protagonista de la presentación ¿usted ó la proyección en la pantalla?: correcta utilización de los recursos de apoyo

TALLER “MANEJO DE GRUPOS DE TRABAJO”

Dirigido a supervisores, coordinadores y directores de departamento a fin de mejorar sus competencias en el manejo efectivo de sus equipos de trabajo.

Objetivo General:

- Valorar la autorregulación como una herramienta adecuada para el mejoramiento y mayor efectividad del trabajo y las relaciones interpersonales, desarrollando técnicas para lograrla
- Identificar dificultades y factores que facilitan el proceso de una delegación efectiva.

Objetivos específicos:

1. Reconocer cómo la pérdida del autocontrol tiene resultados negativos en las relaciones laborales e interpersonales.
2. Detectar formas de autorregulación de la conducta frente a problemas de índole laboral.
3. Predisponer respecto a la importancia de la temática de la delegación y su pertinencia para los participantes
4. Identificar los estilos de delegación más utilizados por los participantes.
5. Considerar en la delegación la relación entre lo que se delega y las características y capacidades personales en quién se va a delegar.

Contenidos:

1. Qué es autorregulación
2. Importancia de la autorregulación
3. Características básicas de la autorregulación
 - a. «Autocontrol»
 - b. «Confiabilidad»
 - c. «Conciencia»
 - d. «Adaptabilidad»
 - e. «Innovación»
4. La autorregulación en el trabajo
5. Ventajas de la delegación
6. Obstáculos para delegar
7. Estilos de delegación
8. Seguimiento a lo Delegado

DISEÑO DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

Objetivo general

Elaborar el currículum de un programa de capacitación para el desarrollo de competencias laborales de los colaboradores de la empresa, que responda a las necesidades de formación de los mismos para su óptimo desempeño en la organización.

Objetivos específicos

1. Definir el concepto de competencias laborales y su relación con los programas de entrenamiento de la organización.
2. Realizar diagnósticos de necesidades de capacitación.
3. Redactar objetivos de capacitación
4. Elegir los contenidos y estrategias metodológicas pertinentes para una capacitación.

Contenidos

1. Formación basada en competencias
2. Identificación de competencias genéricas y específicas requeridas
3. Diagnóstico de necesidades de capacitación
4. Definición de objetivos de aprendizaje
5. Elección de los contenidos de capacitación (currículum)
6. Secuencia temática en la elaboración de un programa de capacitación

Objetivos

Caracterizar el tiempo como un recurso y descubrir la manera de administrarlo efectivamente

Desarrollar habilidades para planificar las actividades laborales considerando el uso eficaz del tiempo

Contenidos

1. Diagnóstico de conductas deficientes en el uso del tiempo
2. Características del tiempo
3. Importancia del tiempo
4. Eficacia y Eficiencia
5. Desviadores del uso eficaz del tiempo
6. Practicas que inciden en la eficacia de los procesos productivos de una organización

Objetivo general

Desarrollar las habilidades necesarias para ejecutar el proceso de ventas.

Objetivos específicos

- Lograr establecer empatía con los clientes
- Utilizar las preguntas de manera efectiva para detectar las necesidades de los clientes
- Vender beneficios como forma de crear una relación a largo plazo con el cliente
- Identificar las resistencias de los clientes para el adecuado manejo de objeciones
- Conocer técnicas que permitan el cierre de la venta
- Identificar los aspectos cruciales del servicio al cliente en la administración de la postventa

Contenido

1. El vendedor profesional
 - a. La evolución de la actividad de ventas
 - b. Etica profesional
2. Estilos de comunicación en ventas: logrando la empatía con el cliente.
3. El proceso de ventas
 - a. La prospectación. ¿Dónde están los clientes?®
 - b. Captando la atención del cliente: la apertura.
 - c. El sondeo. ¿Cómo detectar las necesidades del cliente?
 - d. La presentación del producto: vendiendo beneficios
 - e. Manejo de objeciones: venciendo la resistencia del cliente.
 - f. El cierre de la venta
4. Post venta
 - a. Principios básicos de la postventa
 - b. Atendiendo los reclamos
5. Mejorando el servicio al cliente

GERENCIA DE VENTAS

ADMINISTRANDO LA FUERZA DE VENTAS

OBJETIVOS:

- Comprender el papel que desempeña la Gerencia de Ventas en el contexto corporativo.
- Estudiar las principales tendencias organizacionales que inciden en la administración de ventas.
- Analizar el proceso de planificación de la gestión de ventas como tarea clave del director de ventas.
- Destacar los conceptos básicos del liderazgo en ventas.
- Identificar las principales tendencias que influyen en la compensación de ventas.
- Revisar los diferentes métodos de evaluación de ventas.
- Comprender la naturaleza, objetivos y dificultades del control de ventas.

CONTENIDO

1. El proceso de planeación en la administración de ventas.
 - a. Establecimiento de objetivos
 - b. Formulación de estrategias
 - c. Decisiones tácticas
 - d. Implementación del plan de ventas
2. Pronóstico de Ventas.
 - a. Estimación del potencial de mercado y de ventas.
 - b. Métodos de pronósticos.
 - 1) Cualitativos
 - 2) Cuantitativos
3. Presupuesto de Ventas.
 - a. Tipos de presupuesto de ventas.
 - b. Determinación del nivel de presupuesto.
 - c. Procedimiento para elaborar el presupuesto de ventas.
4. Reclutamiento del personal de ventas.
 - a. Requerimientos cuantitativos y cualitativos utilizados en la planeación del personal de ventas.
 - b. Proceso de Selección
 - c. Consideraciones legales
 - d. Entrevistas
 - e. Pruebas y Referencias
5. Entrenamiento y desarrollo en ventas.
 - a. Diseño de un programa de entrenamiento formal en ventas.

Programas desarrollados por Luz Marina Pardo, adaptados según necesidades específicas del cliente.

- b. Evaluación de los programas de capacitación.
- 6. Motivación del equipo de ventas.
 - a. Concepto de motivación.
 - b. Factores relacionados con el comportamiento en la motivación
- 7. Liderazgo y supervisión.
 - a. Estilos de liderazgo.
 - b. Supervisión y planificación estratégica.
 - c. Niveles de supervisión
 - d. Herramientas y técnicas de supervisión
- 8. Análisis de ventas
 - a. Relación estratégica entre planificación y valoración
 - b. Bases para el análisis del volumen de ventas
 - c. Análisis de costos y rentabilidad
 - d. Tipos de análisis de costos
 - e. Aplicación de los hallazgos de análisis de rentabilidad
- 9. Evaluación de ventas
 - a. Estándares de desempeño
 - b. Fuentes de información para evaluación
 - c. Frecuencia de evaluación
 - d. Métodos para evaluar la fuerza de ventas.
- 10. Responsabilidad ética de los directores de ventas.
Ética comercial y dirección de ventas

Objetivo General

Identificar los aspectos a considerar en el manejo de quejas con el fin de brindar al cliente un buen servicio y lograr su satisfacción.

Objetivos Específicos

1. Los participantes conocerán los estilos de comunicación que se reflejan a través de la personalidad de los clientes.
2. Identificarán las características de los distintos tipos de clientes y la forma de adecuar la comunicación para lograr empatía.
3. Los participantes reconocerán las diferencias entre percepciones y realidad dentro de un proceso de negociación de manejo de quejas.
4. Aplicarán los conceptos de comunicación, empatía y estilos de comunicación para la solución de quejas y conflictos

Contenido

1. La comunicación en el proceso de atención al cliente y resolución de quejas.
2. Estilos de comunicación
3. La importancia de atender quejas
4. Recomendaciones para atender quejas
5. Unidad de reclamos y sugerencias.