

Portafolio de Capacitación en Arquitectura Comercial

*El presente documento contiene información confidencial de **OnDemand-Servicios Profesionales, S.C.**, por lo que se solicita que las descripciones presentadas sean manejadas para la evaluación de nuestros servicios y su potencial adopción para sus necesidades internas de capacitación únicamente.*

Este documento y el sitio ondps.mx están en construcción algunas descripciones e información se están actualizando gracias por ponerse en contacto para más detalles.

INDICE

Finanzas para NO financieros.....	5
Problema que enfrenta el negocio.....	5
Impacto en el área comercial.	5
Alineación con objetivos de negocio.	5
Descripción del curso.	6
Temario.....	6
Los 10 Mandamientos en Ventas.....	7
Problema que enfrenta el negocio.....	7
Impacto en el área comercial.	7
Alineación con objetivos de negocio.	7
Descripción del Curso.....	8
Temario.....	8
50 Recomendaciones estratégicas de ventas.....	9
Problema que enfrenta el negocio.....	9
Impacto en el área comercial.	9
Alineación con objetivos de negocio.	9
Descripción del Curso.....	10
Temario.....	10
Negociación.....	11
Problema que enfrenta el negocio.....	11
Impacto en el área comercial.	11
Alineación con objetivos de negocio.	11
Descripción del Curso.....	12
Temario.....	12
Manejo de Objeciones.	13
Problema que enfrenta el negocio.....	13
Impacto en el área comercial.	13
Alineación con objetivos de negocio.	13
Descripción del Curso.....	14
Temario.....	14
Los errores durante el ciclo de ventas.....	15
Problema que enfrenta el negocio.....	15
Impacto en el área comercial.	15
Alineación con objetivos de negocio.	15
Descripción del Curso.....	16
Temario.....	16
Como generar y ejecutar proyectos exitosos.	17
Problema que enfrenta el negocio.....	17
Impacto en el área comercial.	17
Alineación con objetivos de negocio.	17

Descripción del Curso.....	18
Temas	18
Recomendaciones para la impartición	18
Definición y Seguimiento de objetivos de proyecto.	19
Problema que enfrenta el negocio.....	19
Impacto en el área comercial.	19
Alineación con objetivos de negocio.	19
Descripción del Curso.....	20
Temas	20
Recomendaciones para la impartición	20
Levantamiento de Información	21
Problema que enfrenta el negocio.....	21
Impacto en el área comercial.	21
Alineación con objetivos de negocio.	21
Descripción del Curso.....	22
Temas	22
Cross Selling.....	23
Problema que enfrenta el negocio.....	23
Impacto en el área comercial.	23
Alineación con objetivos de negocio.	23
Descripción del Curso.....	24
Temas	24
Tendencias de la industria.	25
Problema que enfrenta el negocio.....	25
Impacto en el área comercial.	25
Alineación con objetivos de negocio.	25
Descripción de la conferencia.....	26
Problemática de las empresas para quienes se recomienda el servicio.	26
Temas	26
CRM.	27
Problema que enfrenta el negocio.....	27
Impacto en el área comercial.	27
Alineación con objetivos de negocio.	27
Descripción del Curso.....	28
Temas	28
Taller de planeación de cuenta.	29
Problema que enfrenta el negocio.....	29
Impacto en el área comercial.	29
Alineación con objetivos de negocio.	29
Descripción del curso.	30
Temario.....	30
Coaching para vendedores.....	31

Problema que enfrenta el negocio.....	31
Impacto en el área comercial.	31
Alineación con objetivos de negocio.	31
Descripción del curso.	32
Temario.....	32
Habilidades de coaching para gerencia.....	33
Problema que enfrenta el negocio.....	33
Impacto en el área comercial.	33
Alineación con objetivos de negocio.	33
Descripción del curso.	34
Temario.....	34
Professional Selling.	35
Problema que enfrenta el negocio.....	35
Impacto en el área comercial.	35
Alineación con objetivos de negocio.	35
Descripción del curso.	36
Temario.....	36
Conferencia: Por favor NO cuelgue.....	37
Problema que enfrenta el negocio.....	37
Impacto en el área comercial.	37
Perfil y Experiencia de los Consultores	38
Alfonso Jiménez L.....	38
Pablo Galindo H.	39
Juan Carlos Abascal.....	40
Victor A. Flores	41
Nuestros clientes.....	42

Finanzas para NO financieros.

Problema que enfrenta el negocio.

Existe disparidad de los vendedores: en las bases educativas y/ o años de experiencia en campo.

De forma generalizada, el área comercial no tiene fundamentos financieros que le den herramientas para entender solicitudes o responder objeciones.

No se puede proponer soluciones basadas en condiciones financieras del prospecto o cliente, cuando ocurre algo, se limita a ofrecer financiamiento o arrendamiento.

Impacto en el área comercial.

Metodología: Ayuda en los procesos de Levantamiento de información, negociación de alcances y manejo de objeciones.

Habilidades/ Conocimientos: Facilita la recepción de requerimientos por parte del prospecto o cliente.

Ejecución: Permite que la fuerza comercial tenga entrevistas con la dirección de administración y finanzas.

Le permite interactuar bajo conceptos financieros y expresar su opinión en los alcances de ROI que se planteen.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: Abarca todas las instancias de negocio con los prospectos o clientes.

Potenciar al canal: Separa una venta basada en características funcionales de los componentes e indicadores financieros.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

Nivela o hace superior a la fuerza comercial con la visión de los indicadores de desempeño (KPI) y objetivos de negocio del cliente.

Incluyente del ecosistema: A mayor capacidad de entendimiento de la situación financiera del cliente, sus métricas e indicadores de desempeño, se pueden plantear soluciones más complejas que contemplen mayores alcances cumpliendo o maximizando las especificaciones financieras del cliente.

Rentabilidad y recurrencia: Mayor entendimiento de las consecuencias que puede generar el otorgamiento de descuentos y ajustes que se solicitan durante el proceso comercial frente al cliente e internamente.

Descripción del curso.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean accumsan mollis risus, vitae laoreet metus tristique non. Nam lacinia facilisis ligula ac mattis. Nulla sit amet elit ac purus aliquet consequat vel congue dui. Nulla auctor felis ipsum, non euismod nulla sagittis quis. Quisque vel nisi vitae ipsum facilisis finibus. Nunc mauris nisi, viverra id lorem non, ultrices consequat lacus. Curabitur pharetra turpis ac lacinia auctor. Proin quis mauris dictum, molestie sem quis, commodo nisi. Sed sodales mauris et metus congue, a auctor libero dignissim. Nam cursus ullamcorper hendrerit. Proin porttitor enim id luctus efficitur. Proin non risus dictum, consequat metus pellentesque, sodales diam. Integer ac nisl quam. Donec sed purus efficitur, sagittis urna sed, ultricies felis.

Temario.

Fusce gravida magna consectetur dui molestie ullamcorper. Nunc iaculis vestibulum elit sit amet volutpat. In hac habitasse platea dictumst. Sed tincidunt blandit purus sed vulputate. Duis interdum justo lectus, ut.

- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.
- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.

Duración estimada

20 horas.

Sesiones de reforzamiento:

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Los 10 Mandamientos en Ventas.

Problema que enfrenta el negocio.

Los vendedores no ven la venta como proceso completo, la realizan con acciones aleatorias y reactivas.

Impacto en el área comercial.

Metodología: N/A

Habilidades/ Conocimientos: Acelera el aprendizaje para el logro acelerado de resultados.

Ejecución: Brinda elementos prácticos para cerrar las ventas.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: N/A

Potenciar al canal: Provee mejores prácticas al eslabón más cercano al cliente.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

Mejora la interacción con el cliente y su experiencia frente al vendedor.

Incluyente del ecosistema: N/A

Rentabilidad y recurrencia: Deja una imagen profesional con el cliente y propicia la búsqueda repetitiva al canal.

Descripción del Curso

En el Seminario se analizan 10 principios fundamentales y estratégicos del -Proceso Comercial-, que permiten a los tomadores de las decisiones y a los ejecutores de las funciones del área de Ventas, el alinear la planeación, la ejecución y el control de las actividades para la consecución de los objetivos de ventas tanto de la organización, así como de los individuos que conforman el equipo comercial.

Temario

1. **PIENSA** *Detente, piensa, estructura, y (solo entonces) llama y/o visita a tu cliente.*
2. **CREE** *La terna perfecta: el consultor comercial, la solución o servicio y la compañía.*
3. **RELACIONATE** *Desarrolla un relacionamiento personal y profesional con el cliente, si no, mejor no intentes venderle absolutamente nada.*
4. **DESCUBRE** *¿Tú crees que vendes por tus propias razones? ...estás (y has estado) cometiendo en un grave error, es absolutamente lo contrario.*
5. **PREGUNTA** *Las preguntas correctas convierten al proceso de ventas, en el proceso de compras. (el cliente ama comprar, pero... ¡odia que le vendan!)*
6. **OBSERVA** *Los mejores cazadores del reino animal (así como los consultores comerciales) son observadores natos, por instinto; sin embargo, si no se poseen estas habilidades, también pueden ser adquiridas y desarrolladas.*
7. **RÉTATE** *Rompe los viejos paradigmas en la operación del cliente y en la función comercial del vendedor.*
8. **NO CULPES** *Si no cerraste la venta, si no obtuviste el contrato, no te engañes (ni quieras engañar a los demás), la culpa y la responsabilidad son tuyas, absolutamente tuyas por no conocer el proceso de compra de tu cliente.*
9. **GANA** *Cierra una venta y ganarás una comisión (o quizá hasta alcances tu cuota), pero, construye una amistad con tu cliente y generarás una fortuna permanente.*
10. **PRUEBA** *Tienes que probar: quién realmente eres, qué realmente haces, cómo resolverás los problemas del cliente y cómo cubrirás sus requerimientos en el corto plazo, con la mejor relación: COSTO/BENEFICIO*

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

50 Recomendaciones estratégicas de ventas.

Problema que enfrenta el negocio.

Los vendedores no demuestran experiencia, se ven limitados y cometen errores repetitivamente.

Impacto en el área comercial.

Metodología: Proporciona una estructura para la evaluación de los riesgos en el desarrollo de propuestas.

Habilidades/ Conocimientos: N/A

Ejecución: Ayuda a mitigar riesgos en el proceso de ventas.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: Ayuda al vendedor a adaptarse al perfil y condiciones del negocio con el cliente.

Potenciar al canal: Homologa en los distintos vendedores del canal las consideraciones en la ejecución de sus ventas.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

N/A

Incluyente del ecosistema: N/A

Rentabilidad y recurrencia: Desarrolla la cultura de consideración de riesgos en las propuestas.

Descripción del Curso

Un profesional en ventas ayuda a sus clientes a tomar las decisiones funcionales y económicas más importantes en su carrera y en su vida. Durante el Seminario, obtendrás los conocimientos, identificarás las técnicas e iniciarás el desarrollo de habilidades para cerrar negociaciones con los clientes.

¿Cuál es la lección más importante en ventas que has aprendido durante tu Carrera?

¿Cuál es el mejor consejo que te ha dado tu coach en ventas?

¿Cuál ha sido el proyecto comercial más demandante que has enfrentado con un cliente?

¿Cuál ha sido el error más costoso que has cometido, y qué aprendiste del mismo?

¿En qué habilidades necesito trabajar en el área comercial?

¿Cuáles son las actividades que mejores resultados le están dando a tus competidores durante los últimos meses?

Temario

Entre otros, cubriremos 50 recomendaciones estratégicas como lo son:

- . En Ventas espera... solo lo inesperado*
- . La zona de confort, ¡una zona mortal!*
- . El desarrollo del relacionamiento con el cliente*
- . Haz siempre, las preguntas correctas*
- . Siempre, siempre, ...habla con extraños (aunque tu mamá te lo haya prohibido)*
- . Y tú, ¿siempre cuentas con todas las respuestas para tu cliente?*
- . Sé un recurso de valor para el cliente, no un vendedor más*
- . Todos los vendedores representan un RIESGO, hasta que demuestran lo contrario*
- . ¿En qué habilidades comerciales necesitas trabajar?*
- . entre otras recomendaciones estratégicas más...*

El paradigma comercial ha cambiado, ¿estás preparado para demostrar el valor de tus soluciones a un mercado cada vez más demandante?

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Negociación.

Problema que enfrenta el negocio.

El tiempo de cierre de las propuestas de los vendedores de la empresa.

No se logra que los vendedores realicen *qui pro quo* efectivo, son operadores de descuento (*Discount Managers*).

No cuentan (los vendedores) con habilidades para identificar cuando retirarse de un proyecto o simplemente no entrar.

Impacto en el área comercial.

Metodología: Genera herramientas y orden para la conducción y el cierre de negociaciones.

Habilidades/ Conocimientos: Abre la visión hacia los distintos puntos a considerar en una negociación.

Ejecución: Apoya la conducción de negociaciones exitosas y con profesionalismo.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: Da un entendimiento de las prioridades del cliente y adapta la respuesta a sus peticiones de forma personalizada.

Potenciar al canal: Hace más relevante la participación del canal en la ejecución y cierre.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

Ayuda estructurar la relación comercial en términos de valor para el cliente.

Incluyente del ecosistema: Prepara a los distintos actores a la anticipación de cuestionamientos la solución.

Rentabilidad y recurrencia: Establece las condiciones óptimas o las mejores alcanzables en lo que a rentabilidad y recurrencia respecta.

Descripción del Curso

Un consultor profesional en ventas ayuda a sus clientes a tomar las decisiones funcionales y financieras más importantes en sus carreras y en sus vidas, ¿te has preparado para ésta responsabilidad?

¿La fuerza de ventas de tu empresa, en realidad conoce su función, la sabe diferenciar de sus metas?

¿Dominas al menos 25 técnicas estratégicas en ventas que los mejores consultores profesionales comerciales utilizan durante el proceso de negociación y cierre?

El diseño del SEMINARIO contiene técnicas estratégicas para lograr una negociación y cierre efectivo del proceso comercial, que le permitan a los equipos de ventas maximizar la rentabilidad de sus operaciones comerciales, acortar ciclos de ventas, identificar y reducir riesgos durante el proceso comercial, ayudar a sus clientes a tomar la decisión correcta en la etapa final del proceso de compra y generar ventas repetitivas.

Temario

Algunas de las técnicas a ser revisadas durante el Seminario son:

- . La demostración del valor*
- . La técnica de whiteboards*
- . La venta financiera.*
- . El mapeo de la solución*
- . La diferenciación funcional y económica*
- . En la llamada telefónica, no vendas el producto o servicio, ¡NUNCA!*
- . Parada del indio (planeación y ejecución)*
- . El manejo de propuestas no solicitadas*
- . La matriz de niveles de decisión*
- . El paradigma en ventas*
- . La técnica del bueno, el malo y el feo*
- . La venta del elevador*
- . La demostración de la excelencia*
- . El manejo del Pipeline y Forecast*
- . Trata a tu prospecto, como si fuera tu propia madre*
- . No abras la boca, solo hazlo para preguntar*

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Manejo de Objeciones.

Problema que enfrenta el negocio.

La duración de la etapa de cierre en el ciclo de venta excede los tiempos esperados o necesarios para la organización.

Impacto en el área comercial.

Metodología:	Ordena el proceso de análisis detrás de un cuestionamiento.
Habilidades/ Conocimientos:	Descubre las verdaderas razones detrás de un cuestionamiento.
Ejecución:	Anticipa los cuestionamientos potenciales de parte del cliente o prospecto a las propuestas.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado:	Ayuda a empatizar con las necesidades y objetivos del cliente.
Potenciar al canal:	Fortalece el trabajo en equipo de los integrantes de la solución (vsg. distribuidor/ canal) frente al cliente.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

	Anticipa cuestionamientos, agiliza el cierre y prepara la defensa del valor de la propuesta.
Incluyente del ecosistema:	Prepara a los distintos actores a la anticipación de cuestionamientos la solución.
Rentabilidad y recurrencia:	Establece las condiciones óptimas o las mejores alcanzables en lo que a rentabilidad y recurrencia respecta.

Descripción del Curso

Cuando el cliente te presenta una objeción, cualquiera que ésta sea, en realidad lo que te está diciendo es que quiere comprar (pero probablemente no te quiera comprar a ti), por otro lado, si en realidad a quien quiere comprarle es a ti, existen entonces varias respuestas que aún no le has entregado (inclusive a preguntas que no te haya formulado aún), respuestas que le proveerán confianza, tranquilidad, seguridad y que le permitirán tomar una decisión final.

En todo proceso de compra de cualquier solución, el cliente presenta objeciones, algunas las comunica al vendedor, pero la mayoría de ellas no, lo que retrasa o, en el peor de los casos, elimina la venta. Contrario a lo que la mayoría de los vendedores creen, la mayor objeción durante el proceso de venta no es el precio, si no el riesgo que el cliente percibe de la solución (riesgo del cual no habla con su vendedor).

Temario

Durante el seminario, los temas en los que trabajaremos son:

- *¿Qué son las objeciones en ventas y cuáles son realmente sus significados?*
- *¿Cuándo se presenta una objeción por parte del cliente?*
- *El que tenga la primera objeción, que se ponga de pie*
- *Las principales objeciones en ventas y el cómo responder a las mismas*
- *A objeciones reales del cliente, soluciones reales del consultor comercial*
- *El proceso de prevención de las objeciones*
- *La venta inicia con las objeciones del cliente*
- *La demostración de valor vs el precio de venta*

El incorrecto manejo del proceso de objeciones que presenta el cliente, deriva en retrasos del proceso de venta, incremento de costos preventa, falta de control de la cuenta, así como en la frustración y desesperación de la empresa vendedora, lo que provoca en decisiones desesperadas que en la mayoría de los casos terminan en altos porcentajes de descuento al cliente, erosionando la utilidad de los proyectos, así como al mercado.

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Los errores durante el ciclo de ventas.

Problema que enfrenta el negocio.

La duración de la etapa de cierre en el ciclo de venta excede los tiempos esperados o necesarios para la organización.

Impacto en el área comercial.

Metodología:	Ordena el proceso de análisis detrás de un cuestionamiento.
Habilidades/ Conocimientos:	Descubre las verdaderas razones detrás de un cuestionamiento.
Ejecución:	Anticipa los cuestionamientos potenciales de parte del cliente o prospecto a las propuestas.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado:	Ayuda a empatizar con las necesidades y objetivos del cliente.
Potenciar al canal:	Fortalece el trabajo en equipo de los integrantes de la solución (vsg. distribuidor/ canal) frente al cliente.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

	Anticipa cuestionamientos, agiliza el cierre y prepara la defensa del valor de la propuesta.
Incluyente del ecosistema:	Prepara a los distintos actores a la anticipación de cuestionamientos la solución.
Rentabilidad y recurrencia:	Establece las condiciones óptimas o las mejores alcanzables en lo que a rentabilidad y recurrencia respecta.

Descripción del Curso

Aprovecha la experiencia de los errores cometidos (por ti y por otros), para cerrar más contratos con tus clientes.

Aunque la fórmula es sencilla: “Comete menos errores y ejecuta con excelencia tu proceso comercial”, todos los vendedores, de todas las empresas, independientemente la industria(s) y territorio(s) que atiendan, cometen siempre los mismos (costosos y frustrantes) errores.

En este seminario, revisaremos las principales decenas de errores que miles de vendedores de todas las industrias cometen día con día con los tomadores de decisiones (directos e indirectos) de sus clientes, desde perder el control y no ejecutar las fases del proceso de ventas, hasta darse por vencido en aquellos procesos comerciales y de negociación que se tornan complicados y no se sabe qué hacer.

El participante aprenderá a eliminar la mayoría de los errores que se cometen durante el proceso comercial, los cuales, cuestan mucho dinero a sus organizaciones, retrasan el proceso de venta, terminan por perder los proyectos y/o generan fricciones con el cliente. Revisaremos las técnicas para eliminar estos errores durante el proceso comercial y reemplazarlos con estrategias que una vez que sean dominadas y aplicadas de una manera consistente, permita a los consultores comerciales lograr sus objetivos y cuotas de ventas.

Temario

Algunas de las categorías de las decenas errores que cometemos durante el proceso de ventas y que analizaremos durante el Seminario son:

- . Errores en la administración de territorio*
- . Errores en la administración de tiempo (uno de los recursos más valiosos en ventas)*
- . Errores durante el proceso de prospección y asignación de prioridad*
- . Errores al preparar y al exponer la presentación de la solución al cliente*
- . Errores de control y seguimiento*
- . Errores en la administración de objeciones*
- . Errores en las fases de negociación y cierre*
- . Errores en el seguimiento postventa con el cliente*
- . Errores de actitud y aptitud del vendedor*
- . Errores al preparar y presentar la propuesta funcional*
- . Errores al preparar y presentar la propuesta económica*
-Entre otras decenas más*

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Como generar y ejecutar proyectos exitosos.

Problema que enfrenta el negocio.

Al equipo comercial le hace falta entender las necesidades del cliente y su sentido de urgencia.

Impacto en el área comercial.

Metodología: Aporta bases de los conceptos de administración de proyectos.

Habilidades/ Conocimientos: Ayuda a discernir en las propuestas cuando incluir un enfoque de proyectos.

Ejecución: N/A

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: N/A

Potenciar al canal: Facilita al equipo comercial la identificación de recursos necesarios para la ejecución de un proyecto.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

Genera el fundamento de una propuesta compleja y de valor altamente diferenciada. Posiciona al vendedor como un elemento valioso.

Incluyente del ecosistema: N/A

Rentabilidad y recurrencia: Justifica las base de recurrencia en futuros proyectos.

Descripción del Curso

Estructurar propuestas efectivas incorporando conceptos de administración de proyectos.

Temas

1. Introducción

1.1 Definición de un proyectos y sus características

1.2 Fases y elementos de un proyecto

2. Ciclo de vida de un proyecto y el proceso de ventas

2.1 Definición de alcances

2.2 Definición de entregables

2.3 Estructura de costos y recursos

2.4 Comunicación con el equipo de ventas

3. Desarrollo de una propuesta

3.1 Planeación

3.2 Entregables y alcance

3.3 Fases de entrega

3.4 Plan de pruebas y criterios de aceptación

3.3 Cierre

4. Recomendaciones

4.1 Grupo de trabajo

4.2 Alcance del proyecto y la tecnología

4.3 Proceso de administración del proyecto

5. Mejores prácticas y herramientas

5.1 Definición de alcances y entregables

5.2 Estimación de costos y tiempos

5.3 Seguimiento

5.4 Aprendizaje

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Recomendaciones para la impartición

Curso presencial.

Es deseable contar con:

- ejemplos de proyectos reales para usarlos al desarrollar material en el curso.
- Ejemplos o formato de propuestas utilizadas actualmente.

Definición y Seguimiento de objetivos de proyecto.

Problema que enfrenta el negocio.

El equipo comercial no logra entregar los proyectos en el tiempo y costo programados.

Le hace falta alinear expectativas y requerimientos.

Requiere aprender a acotar alcances y criterios de aceptación.

Impacto en el área comercial.

Metodología: Brinda información de los enfoques de administración de proyectos.

Habilidades/ Conocimientos: N/A

Ejecución: Contribuye a lograr los objetivos del cliente durante la entrega de un proyecto.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: Ayuda a entender los requerimientos del cliente.

Potenciar al canal: Estructura la entrega de forma orquestada.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

Da una visión integral de las actividades y potenciales problemas en la ejecución; Además ayuda a diferenciar las propuestas con un enfoque de proyectos.

Incluyente del ecosistema: Arma bloques de entrega utilizando las habilidades de múltiples participantes.

Rentabilidad y recurrencia: Logra la entrega en tiempo y costo los proyectos.

Descripción del Curso

Proporcionar una visión general de la naturaleza de los proyectos, sus características su administración.

Temas

1. Introducción

- 1.1 Naturaleza de los proyectos*
- 1.2 Características*
- 1.3 Clasificación general de proyectos*

2. Administración de proyectos

- 2.1 Objetivos*
- 2.2 Estructura*
 - 2.2.1 Organización, Áreas funcionales*
 - 2.2.2 Ciclo de vida*
- 2.3. Fases generales de un proyecto*

3. Areas funcionales administración de proyectos

- 3.1 Administración de alcance*
- 3.2 Administración de costos*
- 3.3 Administración de tiempo*
- 3.4 Administración de riesgos*
- 3.5 Administración de recursos*

4. Enfoques y metodologías de administración

- 4.1 PMBOK*
- 4.2 PRINCE2*
- 4.3 COBIT*
- 4.4 CRITICAL CHAIN*
- 4.5 AGILE*
- 4.6 SIX SIGMA*

5. Conclusiones

- 5.1 Impacto de la administración de proyectos sobre el negocio*
- 5.2 Recomendaciones y mejores prácticas*

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Recomendaciones para la impartición

Curso presencial.

Es deseable contar con ejemplos de proyectos reales para usarlos al desarrollar material en el curso.

Levantamiento de Información.

Problema que enfrenta el negocio.

El equipo comercial no provee a la empresa de las razones de negocio del cliente. Hace falta conocer la totalidad y con mayor detalle los dolores que presenta el cliente o prospecto y que incrementan el valor de la solución a proponer y elevan la rentabilidad de la misma.

Impacto en el área comercial.

Metodología: N/A

Habilidades/ Conocimientos: Genera el hábito de dialogar y preguntar información de los objetivos de negocio. Desarrolla la capacidad que deriva en la obtención de información estratégica del cliente.

Ejecución: N/A

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: N/A

Potenciar al canal: Amplia la visión de soluciones potenciales que puede proveerle al cliente.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

Eleva el nivel de conversación con los ejecutivos del cliente.

Incluyente del ecosistema: Brinda información de 360 grados que amplía la participación múltiples jugadores.

Rentabilidad y recurrencia: Logra mejores diagnósticos, se pueden cerrar mas oportunidades identificadas en la misma operación.

Descripción del Curso

La efectividad de un vendedor frente a su prospecto o cliente depende de manera directa de su capacidad de obtener información de los objetivos de negocio y su capacidad de hacer preguntas que deriven en información estratégica del cliente.

Este curso dará las herramientas y fundamentos clave para que el vendedor logre hallazgos trascendentales que harán que sus propuestas sean diferenciadas de la competencia y sean el objetivo de compra de sus prospectos.

Temas

1. *Claves de un diálogo de negocios productivo*
 - 1.1 *Conocimiento del negocio del cliente*
 - 1.2 *Adaptación al cliente y su situación*
 - 1.3 *Establecer foco de la conversación*
 - 1.4 *Alineación a necesidades del cliente*
2. *La conversación de negocios*
 - 2.1 *Preparación*
 - 2.2 *Proceso de conversación*
 - 2.3 *Formulación de preguntas*
 - 2.4 *Recomendaciones post-entrevista*
3. *Recomendaciones para formulación de preguntas de negocios*
 - 3.1 *Importancia de las preguntas para descubrir necesidades*
 - 3.2 *Recomendaciones para formular preguntas efectivas*
 - 3.3 *Uso efectivo de respuestas obtenidas en el proceso de ventas*
4. *Tipos de preguntas y manejo de objeciones*
 - 4.1 *Preguntas abiertas y cerradas*
 - 4.2 *Manejo de objeciones y reservas*
5. *Ejercicios prácticos.*

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Cross Selling.

Problema que enfrenta el negocio.

La presencia que mantiene el equipo comercial frente al cliente es muy breve, no genera negocios adicionales en clientes o prospectos existentes. La mayoría de nuestros clientes tienen solo el 20% de nuestra oferta, necesitamos extender nuestro wallet share en las cuentas.

Impacto en el área comercial.

Metodología: Establece la práctica de alinear la oferta de la compañía y la mejora operativa de los clientes.

Habilidades/ Conocimientos: Ejercita el hábito de explorar las necesidades y oportunidades potenciales en un cliente actual.

Ejecución: Incrementa la participación en el presupuesto de la empresa.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: Extiende la permanencia activa y la relación con el cliente.

Potenciar al canal: Maximiza la oferta del canal en sus cuentas.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

Permite al cliente conocer todas las habilidades y capacidades de entrega.

Incluyente del ecosistema: Abre oportunidades a la oferta extendida del canal en la cuenta.

Rentabilidad y recurrencia: Reduce los tiempos de la ejecución comercial.

Descripción del Curso

Es sabido que es más fácil crecer un cliente actual que desarrollar uno nuevo. Si es así, porque no existe una estrategia focalizada al Cross Selling en su organización.

Realizar sesiones de planeación de cuenta y permitir que el equipo de atención descubra las oportunidades de crecimiento es fundamental para lograr el desarrollo de su base instalada actual.

Temas

1. Introducción

- 1.1 Definición de cross selling*
- 1.2 Definición de up selling*
- 1.3 Beneficios*

2. Estrategias

- 2.1 Estrategias de cross selling*
- 2.2 Estrategias de up selling*
- 2.3 Planeación de ventas para cross & up selling*

3. Recomendaciones para desarrollo de negocios de up & cross selling

- 3.1 Planeación de cuentas*
- 3.2 Seguimiento a cuentas*
- 3.3 Grupo de trabajo para atención cuenta*
- 3.4 Desarrollo de propuestas*

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Tendencias de la industria.

Problema que enfrenta el negocio.

La visión y creatividad del área comercial es muy limitada. No tienen información, no la buscan, carecen de elementos que los mantenga vigentes. Su conversación es restringida a la oferta de la empresa.

Impacto en el área comercial.

Metodología: N/A

Habilidades/ Conocimientos: Brinda información al recepto de un panorama general de la industria. Le actualiza sobre las ofertas de la competencia.

Ejecución: Logra la reflexión e identificación de nuevas oportunidades en prospectos o clientes.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: Ayuda a ubicar al cliente en el contexto de negocio de las ofertas presentadas por el vendedor.

Potenciar al canal: Diferencia al canal de la competencia.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

Alinea las propuestas con las tendencias de mercado. Muestra al cliente o prospecto las posibles innovación que pueden lograr con los productos y servicios propuestos.

Incluyente del ecosistema: N/A

Rentabilidad y recurrencia: N/A

Descripción de la conferencia.

Problemática de las empresas para quienes se recomienda el servicio.

La plática está diseñada para situar al receptor dentro de la industria a la que pertenece.

El receptor podrá identificar cuales son las tendencias y a que obedecen las mismas con respecto a la demanda del mercado.

Se presentan historias, visiones, resultados y potencial de crecimiento de los jugadores claves en la industria y el perfil de sus clientes.

El objetivo principal es brindar información que de un panorama general de conocimientos al receptor para que sin necesidad de entrar a detalle, pueda entender e interactuar con sus prospectos y clientes de manera formal e informal durante sus interacciones diarias.

Temas

El temario se alinea al cliente receptor y a su oferta de productos, servicios y soluciones en general.

Fabricantes

Distribuidores

Socios Comerciales

Alianzas

Bases de Datos

Redes

Web

Lenguajes de programación

Sistemas operativos

Hardware

Virtualización

Cómputo en la nube

Informática social

Computación móvil

Duración estimada

2 horas.

CRM.

Problema que enfrenta el negocio.

El área comercial no utiliza la herramienta del CRM de forma natural, no alcanzan a ver la relevancia que tiene para el negocio el correcto pronóstico de ventas o la anticipación de ayuda que puede brindárseles como resultado de conocer las etapas y situaciones específicas durante su ciclo comercial. La falta de cumplimiento de esta ejecución no permite saber con exactitud donde existen las mejores oportunidades de mejora que puedan cubrirse con capacitación.

Impacto en el área comercial.

Metodología:	Determina criterios y nivel de calidad que garantice el uso de la herramienta y explotación del contenido.
Habilidades/ Conocimientos:	Fomenta el hábito y destaca los beneficios de mantener la información actualizada en la herramienta.
Ejecución:	Brinda estandarización de contenido. Durante la ejecución de las actividades comerciales, la empresa maximiza el uso las herramientas comerciales. Mejora el control de las gerencias comercial/ negocios y operación en la efectividad/ productividad de sus recursos.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado:	Logra que la planeación y priorización de recursos se realice con base a la información de avance de proyectos.
Potenciar al canal:	Exime al canal de la necesidad de repetir y explicar la situación específica de una oportunidad a su cargo.
Mayor propuesta de valor y competitividad:	Permite la alineación de la empresa a la ejecución del prospecto o cliente. Provoca mayor empatía del prospecto o cliente hacia la empresa y logra sumarlo a las especificaciones claras de la oportunidad en proceso.
Incluyente del ecosistema:	N/A
Rentabilidad y recurrencia:	Brinda un panorama claro del potencial, la rentabilidad y el flujo de efectivo.

Descripción del Curso

La puesta en marcha efectiva de un sistema de Client Relationship Management dependerá de múltiples factores.

Gerencia: Definir los criterios y la información que deberá contener el sistema. No menos de la indispensable para tomar decisiones y no mayor a la que se es capaz de aprovechar, al menos durante la fase de implantación.

El vendedor debe entender la relevancia de su papel en la capacidad de pronosticar los proyectos de la empresa y el valor que tiene la información que el provee.

Las reuniones de seguimiento y la explotación del contenido del CRM son fundamentales para que se aproveche el sistema. Si se siguen cubriendo las deficiencias o llevando sistemas sombra, el éxito del CRM será parcial y de baja confiabilidad.

Temas

El temario varía de acuerdo al nivel de implementación de la herramienta, la urgencia y las definiciones estructuradas en el pasado.

- 1. Entrevista con la dirección y la gerencia.*
- 2. Desarrollo del temario.*
- 3. Definición de mecánica de operación.*
- 4. Validación del proceso diseñado.*
- 5. Taller a los vendedores.*

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Taller de planeación de cuenta.

Problema que enfrenta el negocio.

El área comercial tiene una visión restringida de la visión y valores del cliente. No entiende sus objetivos y por ello no alinea los drivers (motivadores) a las propuestas que plantea. Con gran facilidad el cliente demuestra que la oferta que recibe el cliente no es estratégica a su negocio.

Impacto en el área comercial.

Metodología: PENDIENTE: En construcción.

Habilidades/ Conocimientos: PENDIENTE: En construcción-

Ejecución: PENDIENTE: En construcción-

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: PENDIENTE: En construcción.

Potenciar al canal: PENDIENTE: En construcción.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

PENDIENTE: En construcción.

Incluyente del ecosistema: PENDIENTE: En construcción.

Rentabilidad y recurrencia: PENDIENTE: En construcción.

Descripción del curso.

Pendiente: En construcción.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean accumsan mollis risus, vitae laoreet metus tristique non. Nam lacinia facilisis ligula ac mattis. Nulla sit amet elit ac purus aliquet consequat vel congue dui. Nulla auctor felis ipsum, non euismod nulla sagittis quis. Quisque vel nisi vitae ipsum facilisis finibus. Nunc mauris nisi, viverra id lorem non, ultrices consequat lacus. Curabitur pharetra turpis ac lacinia auctor. Proin quis mauris dictum, molestie sem quis, commodo nisi. Sed sodales mauris et metus congue, a auctor libero dignissim. Nam cursus ullamcorper hendrerit. Proin porttitor enim id luctus efficitur. Proin non risus dictum, consequat metus pellentesque, sodales diam. Integer ac nisl quam. Donec sed purus efficitur, sagittis urna sed, ultricies felis.

Temario.

Pendiente: En construcción.

Fusce gravida magna consectetur dui molestie ullamcorper. Nunc iaculis vestibulum elit sit amet volutpat. In hac habitasse platea dictumst. Sed tincidunt blandit purus sed vulputate. Duis interdum justo lectus, ut.

- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.
- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Coaching para vendedores.

Problema que enfrenta el negocio.

Los vendedores se encuentran estancados en su crecimiento. No logran mejorar sus habilidades a pesar de que se les ha brindado capacitación de forma consistente. Existe apatía para alinearse a las necesidades de la operación, quisiéramos diagnosticar con precisión si es un problema específico de recursos o es generalizada la problemática.

Impacto en el área comercial.

Metodología: PENDIENTE: En construcción.

Habilidades/ Conocimientos: PENDIENTE: En construcción.

Ejecución: PENDIENTE: En construcción.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: PENDIENTE: En construcción.

Potenciar al canal: PENDIENTE: En construcción.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

PENDIENTE: En construcción.

Incluyente del ecosistema: PENDIENTE: En construcción.

Rentabilidad y recurrencia: PENDIENTE: En construcción.

Descripción del curso.

PENDIENTE: En construcción.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean accumsan mollis risus, vitae laoreet metus tristique non. Nam lacinia facilisis ligula ac mattis. Nulla sit amet elit ac purus aliquet consequat vel congue dui. Nulla auctor felis ipsum, non euismod nulla sagittis quis. Quisque vel nisi vitae ipsum facilisis finibus. Nunc mauris nisi, viverra id lorem non, ultrices consequat lacus. Curabitur pharetra turpis ac lacinia auctor. Proin quis mauris dictum, molestie sem quis, commodo nisi. Sed sodales mauris et metus congue, a auctor libero dignissim. Nam cursus ullamcorper hendrerit. Proin porttitor enim id luctus efficitur. Proin non risus dictum, consequat metus pellentesque, sodales diam. Integer ac nisl quam. Donec sed purus efficitur, sagittis urna sed, ultricies felis.

Temario.

PENDIENTE: En construcción.

Fusce gravida magna consectetur dui molestie ullamcorper. Nunc iaculis vestibulum elit sit amet volutpat. In hac habitasse platea dictumst. Sed tincidunt blandit purus sed vulputate. Duis interdum justo lectus, ut.

- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.
- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Habilidades de coaching para gerencia.

Problema que enfrenta el negocio.

La gerencia no sabe priorizar los proyectos y no entiende las prioridades del negocio. Existe una falta de alineación con el negocio, en consecuencia no mantiene el ritmo esperado de crecimiento en las ventas. Los vendedores no reciben orientación pro activa durante la ejecución diaria de parte de la gerencia.

Impacto en el área comercial.

Metodología: PENDIENTE: En construcción.

Habilidades/ Conocimientos: PENDIENTE: En construcción.

Ejecución: PENDIENTE: En construcción.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: PENDIENTE: En construcción.

Potenciar al canal: PENDIENTE: En construcción.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

PENDIENTE: En construcción.

Incluyente del ecosistema: PENDIENTE: En construcción.

Rentabilidad y recurrencia: PENDIENTE: En construcción.

Descripción del curso.

PENDIENTE: En construcción.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean accumsan mollis risus, vitae laoreet metus tristique non. Nam lacinia facilisis ligula ac mattis. Nulla sit amet elit ac purus aliquet consequat vel congue dui. Nulla auctor felis ipsum, non euismod nulla sagittis quis. Quisque vel nisi vitae ipsum facilisis finibus. Nunc mauris nisi, viverra id lorem non, ultrices consequat lacus. Curabitur pharetra turpis ac lacinia auctor. Proin quis mauris dictum, molestie sem quis, commodo nisi. Sed sodales mauris et metus congue, a auctor libero dignissim. Nam cursus ullamcorper hendrerit. Proin porttitor enim id luctus efficitur. Proin non risus dictum, consequat metus pellentesque, sodales diam. Integer ac nisl quam. Donec sed purus efficitur, sagittis urna sed, ultricies felis.

Temario.

PENDIENTE: En construcción.

Fusce gravida magna consectetur dui molestie ullamcorper. Nunc iaculis vestibulum elit sit amet volutpat. In hac habitasse platea dictumst. Sed tincidunt blandit purus sed vulputate. Duis interdum justo lectus, ut.

- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.
- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Professional Selling.

Problema que enfrenta el negocio.

La trayectoria profesional de la fuerza comercial es muy distinta, es complejo o imposible armar de forma efectiva equipos de alto desempeño. Los vendedores carecen de independencia, necesitan una guía o supervisión cercana en cada etapa del ciclo comercial. No pueden alinear la necesidad del cliente a la oferta de la empresa. La permanencia en la empresa de los vendedores no es sinónimo de ejecutar con precisión la identificación, calificación y seguimiento de las oportunidades detectadas por marketing o la fuerza de ventas misma. Falta metodología y asertividad en el pronóstico de las oportunidades.

Impacto en el área comercial.

Metodología: PENDIENTE: En construcción.

Habilidades/ Conocimientos: PENDIENTE: En construcción.

Ejecución: PENDIENTE: En construcción.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: PENDIENTE: En construcción.

Potenciar al canal: PENDIENTE: En construcción.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

PENDIENTE: En construcción.

Incluyente del ecosistema: PENDIENTE: En construcción.

Rentabilidad y recurrencia: PENDIENTE: En construcción.

Descripción del curso.

PENDIENTE: En construcción.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean accumsan mollis risus, vitae laoreet metus tristique non. Nam lacinia facilisis ligula ac mattis. Nulla sit amet elit ac purus aliquet consequat vel congue dui. Nulla auctor felis ipsum, non euismod nulla sagittis quis. Quisque vel nisi vitae ipsum facilisis finibus. Nunc mauris nisi, viverra id lorem non, ultrices consequat lacus. Curabitur pharetra turpis ac lacinia auctor. Proin quis mauris dictum, molestie sem quis, commodo nisi. Sed sodales mauris et metus congue, a auctor libero dignissim. Nam cursus ullamcorper hendrerit. Proin porttitor enim id luctus efficitur. Proin non risus dictum, consequat metus pellentesque, sodales diam. Integer ac nisl quam. Donec sed purus efficitur, sagittis urna sed, ultricies felis.

Temario.

PENDIENTE: En construcción.

Fusce gravida magna consectetur dui molestie ullamcorper. Nunc iaculis vestibulum elit sit amet volutpat. In hac habitasse platea dictumst. Sed tincidunt blandit purus sed vulputate. Duis interdum justo lectus, ut.

- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.
- Sed facilisis quam condimentum hendrerit porta.
- Nullam vitae nibh ut ligula aliquet rhoncus.
- Morbi nec massa finibus, elementum tortor ac, venenatis dui.
- Duis fermentum sapien eget egestas hendrerit.
- Aliquam dapibus ante vel tempor tempus.
- Cras in neque dictum, ultrices sem at, convallis justo.

Duración estimada

5 horas.

30 minutos de examen global de retención de conocimientos.

Conferencia: Por favor NO cuelgue.

Problema que enfrenta el negocio.

No se reconoce la relevancia que tiene estar al teléfono con el cliente. Se atiende de manera servicial pero no se avanza en los proyectos. Es necesario que se identifiquen necesidades nuevas en cada contacto.

Impacto en el área comercial.

Metodología: PENDIENTE: En construcción.

Habilidades/ Conocimientos: PENDIENTE: En construcción.

Ejecución: PENDIENTE: En construcción.

Alineación con objetivos de negocio.

Orientación al mercado: PENDIENTE: En construcción.

Potenciar al canal: PENDIENTE: En construcción.

Mayor propuesta de valor y competitividad:

PENDIENTE: En construcción.

Incluyente del ecosistema: PENDIENTE: En construcción.

Rentabilidad y recurrencia: PENDIENTE: En construcción.

Perfil y Experiencia de los Consultores

Alfonso Jiménez L.



Licenciado en Informática y Sistemas Computacionales y Maestro en Administración de Empresas (MBA), ambas por la Universidad La Salle, México.

Inició su carrera en la industria de tecnologías de información y telecomunicaciones en 1990, cuenta con amplia experiencia en las áreas de desarrollo e implementación de soluciones de software, seguridad informática (es hacker ético certificado), telecomunicaciones, administración de proyectos, mercadotecnia y comercialización de infraestructura, software y servicios profesionales.

Durante su trayectoria profesional, ha ocupado cargos a nivel Dirección y Gerencias Comerciales, así como Brand Sales Specialist en México y América Latina, en empresas como Hewlett Packard, Lenovo, IBM, Compuware Corporation, Avantel-AXTEL, Structured Intelligence y Grupo ITERA.

Ha sido responsable del desarrollo de estrategias comerciales para clientes de diferentes industrias para todo el continente, cumpliendo y excediendo los objetivos de ventas. Tiene amplia experiencia en el desarrollado de alianzas comerciales con mayoristas, business partners e integradores.

Cuenta con experiencia en el cierre de proyectos estratégicos en industrias como la Financiera, Retail, Logística, Transporte, Manufactura y Servicios, implementó soluciones y servicios que le han permitido desplazar a la competencia.

Alfonso cuenta con habilidades en la administración de equipos de trabajo comerciales locales y remotos, recursos preventa de ingeniería, posventa, telesales y servicios outsourcing.

En su carrera como Consultor Comercial, ha capacitado y asesorado durante 16 años, a más de 600 empresas en procesos y mejora de las prácticas comerciales, elabora e imparte seminarios para la formación de consultores comerciales de alto desempeño en todo el país, implementa procesos de reingeniería, coaching y feedback comercial, ejecuta procesos de assessment a grupos de ventas, entre otros.

Es docente universitario en posgrado para La Universidad La Salle y la Universidad Nacional Autónoma de México de 1994 a la fecha, ha dirigido más de 150 tesis profesionales, y es miembro del cuerpo sínodo para ambas Universidades.

Pablo Galindo H.



Pablo Galindo es Ingeniero Electrónico titulado en UAM-A, es Maestro en Administración de Empresas del ITAM y Candidato a doctor en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Cantabria, España. Fue además Presidente del Programa de perfeccionamiento directivo AD-2 Gen.94-95 del IPADE.

Tiene una amplia experiencia en la fundación y arranque de empresas ocupando actualmente puestos directivos en varias de las empresas fundadas por él.

Es Director General de Bismark Telecomunicaciones SA de CV, Director General de grupo Netlan SA de CV. y Desarrollo Ejecutivo SA.

Al comienzo de su carrera como ingeniero trabajó como Gerente de Cuentas Corporativas de Microsoft y como Ing. Sistemas en IBM de México.

Actualmente es miembro del Consejo Técnico de la Licenciatura de Administración en la Universidad Iberoamericana.

Es catedrático de la Maestría en Administración de Empresas en el TEC de Monterrey ITESM CSF y CCM, de donde es actualmente titular de las materias de emprendimiento.

Ha sido además Coordinador de la Maestría en Finanzas de la Universidad Anáhuac y profesor de la Maestría en Alta Dirección de la Universidad Anáhuac así como profesor de Maestría y licenciatura de varias asignaturas de finanzas, alta dirección y desarrollo de empresas en la Universidad Iberoamericana.

Juan Carlos Abascal



Es Ingeniero industrial egresado de la Universidad Popular Autónoma del Estado Puebla. Ha desarrollado su carrera en las áreas de tecnología de información y telecomunicaciones trabajando de manera independiente y para empresas en puestos ejecutivos de ventas, consultoría, prestación de servicios y proyectos de externalización (outsourcing).

Ha colaborado con empresas globales como Telmex, Hewlett Packard y Ericsson desempeñando funciones de desarrollo de negocios, consultoría, venta y entrega de servicios y soluciones para telecomunicaciones, servicios financieros, gobierno y manufactura.

Ha ocupado cargos directivos y de liderazgo a nivel nacional y en la región latinoamericana en venta de servicios de mantenimiento de software y externalización para operadores de telecomunicaciones en Estados Unidos.

En su trayectoria ha sido responsable de la implantación y ejecución de estrategias y planes de negocio, administracióm de proyectos así como la gestión de ventas.

Con base en sus conocimientos de TI y comunicaciones, su experiencia en metodologías, procesos y mejores prácticas de industria (ITIL, eTOM y MSTOP, gestión de proyectos) desarrolla actualmente una práctica independiente de asesoría en operación y transformación de negocios ofreciendo servicios de administración, habilitación de ventas y asesoría en IT.

Cuenta con experiencia docente impartiendo y desarrollando cursos y diplomados para universidades y empresas.

Victor A. Flores



Es Licenciado en Sistemas de Computación Administrativa por la Universidad del Valle de México.

Cuenta con estudios de post grado en Finanzas en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y de Alta Dirección en el Instituto Panamericano de Alta Dirección.

Inició su carrera en la industria de tecnología de información en 1980. Cuenta con experiencia en las áreas de desarrollo de software, administración de proyectos, mercadotecnia y comercialización de infraestructura.

En su trayectoria profesional ocupó cargos a nivel dirección, en empresas donde destacan IBM, Lenovo, Oracle, Symantec y Veritas. También participó como gerente en las áreas de servicios de Outsourcing y Soporte en EDS, Hewlett Packard y Digital Equipment Corporation.

Fue responsable de la generación de ingresos, gastos y operación por 10 años de líneas de negocios estratégicas en fabricantes internacionales del área Servidores empresariales, Seguridad del centro de datos y Cómputo personal.

Ha sido líder de la gestión comercial corporativa por más de 20 años, desarrollando a su paso programas de desarrollo de becados, coaching, gerentes de territorio, metodologías de medición y seguimiento, así como el cierre de proyectos estratégicos.

También ha colaborado en distribuidores de valor agregado donde estableció relaciones con fabricantes y clientes, para la comercialización de soluciones integrales de tecnología.

Ha sido docente en varias cátedras de la Licenciatura en Sistemas de Computación Administrativa en la Universidad del Valle de México.

Actualmente es consultor en Gestión del Rendimiento del Área de Ventas (Sales Performance Management - SPM), sus principales contratos son con fabricantes internacionales y canales de la industria de tecnología de información.

Nuestros clientes

- Serecom
- Temsa
- Diestel
- Linko
- SAI
- Freight Ideas
- Estrategas Digitales
- Alldora Lationamérica
- Garlock
- Berlitz
- Grupo Technos
- PCTV
- Emersys
- Alfa Soluciones
- Instel
- ASC Parts
- Paramind
- Limbergly
- VUX Comunicación
- Innbit
- NugaSys
- BPM Consulting
- Board Media
- DPCT
- Conectividad y Sistemas
- Coresa IT
- Monarch
- Cen Systems
- Pure Innovation
- IQSEC
- Teledinámica
- Sonda
- Capa 4
- Data Warden
- Enter Computadoras
- ISAT
- CITEL
- CISCO/ IBM
- CompuSoluciones
- IngramMicro