

• DESARROLLO TÉCNICO PARA LA FUNCIÓN DE RR.HH

1. Selección de personal

- Aproximación a la cultura y estrategia. Descripción del perfil de competencias.
- Búsqueda e investigación
- Conocimiento del candidato: Pruebas psicotécnicas y de personalidad, Assessment Centre, Entrevista Incidentes Críticos Focalizada (BEI)
- Análisis comparativo competencial puesto-candidato

2. Evaluación del desempeño

- Marco de referencia
- Diseño del sistema
- Implantación del sistema
- La entrevista de evaluación

3. Recursos Humanos

- Desarrollo del Factor humano
- Estrategia
- Diseño
- Descripción, Análisis y valoración de puestos
- Evaluación del desempeño
- Gestión por competencias
- Retribución
- Adecuación persona puesto
- Planes de carrera y sucesión
- Clasificación profesional
- Plan de formación
- Selección de personal
- Motivación
- Aspectos legales
- Tendencias futuras

4. Actualización política retributiva

- Diseño de la estrategia
- Elementos de un sistema de compensación y beneficios
- Retribución fija y variable
- Beneficios sociales
- Salario emocional y reconocimiento
- Retribución flexible
- Retribución para directivos
- Retribución para la fuerza de ventas
- Retribución de hot skills
- Retribución para expatriados
- Tendencias actuales en la compensación

1. Inteligencia emocional

- Gestión de nuestras emociones
- Competencias e Inteligencia emocional
- Alineamiento competencias de la Admón..persona y exigencias del puesto
- Identificación y gestión de las emociones para ser eficaz con mi equipo
- Asertividad y confianza como signos de madurez profesional.
- Adaptabilidad o flexibilidad para afrontar los cambios.
- La motivación como facilitadora del logro de nuestros objetivos.
- Dirección basándose en la comprensión de las necesidades y sentimientos de mi equipo
- Conducción de las fortalezas/debilidades, logros/fracasos y desarrollo de mi equipo
- La comprensión de distintas sensibilidades, individuales y grupales, como signo de madurez mental.
- Utilización de estrategias comunicativas para recabar el consenso y el apoyo de los demás.
- Detección y manejo de personas y/o situaciones difíciles.

2. Liderazgo y motivación

- Conceptos de Liderazgo: Diferentes perspectivas sobre la naturaleza del liderazgo positivo desde los clásicos hasta la actualidad.
- Coaching: Ser mentor, tutor: la capacidad de desarrollar y potenciar a la gente tanto individualmente como al nivel del los equipo.
- Fomentar la creatividad: Crear las condiciones para que la gente sea creativa
- Descarrilamiento: "las semillas de tu fracaso están en tu propio éxito". Razones por las que los directivos no logran llevara cabo la transición de "managers" a líderes.
- Liderar el cambio: Hacer comprensible el cambio y conducir a los seguidores hacia lo necesario.
- Definir la realidad: Habilidad de ver las cosas como son y el impacto real que producen.
- Generar y comunicar una visión: Crear esperanza y marcar una dirección clara a seguir.
- Gestionar el estrés; el impacto que tiene el estrés, o la incapacidad de manejarla, sobre el liderazgo
- Feedback individualizado basados en los resultados de los cuestionarios y las observaciones de los consultores y los otros participantes.

3. Atención al cliente

- Un modelo para el desarrollo de la Calidad de Servicio
- Quiénes y cómo son nuestros clientes
- Cómo mejorar las habilidades de comunicación en el trato con el cliente
- Claves para una óptima Calidad de Atención al Cliente
- Teléfono y "venta de imagen" corporativa.

4. Análisis transaccional

- Estados del yo
- Tipos de transacciones
- Uso de la técnica transaccional

5. Reuniones eficaces

- La reunión de trabajo
- Tipos de reuniones
- Preparación de reuniones
- Desarrollo de la reunión
- Identificación de los papeles en la reunión
- La comunicación
- Reglas de oro para dirigir una reunión eficaz
- Imprevistos y puntos críticos. ¿Cómo afrontarlos?

6. Formación de formadores

- El formador como facilitador del "APRENDIZAJE".
- Los formandos como agentes activos de su formación.
- Como elegir el método pedagógico para lograr los objetivos deseados.
- Características y contenidos del curso a impartir.
- Cómo poner en práctica de forma efectiva la acción formativa

7. Coaching

- Desarrollo de capacidades de dirección y conocimiento de herramientas de gestión desde un enfoque práctico e individual aplicable a la realidad en la que viven los participantes.
- Cómo realizar un estudio detallado y personalizado de las características y contexto de cada persona y analizar las áreas de mejora y las áreas fuertes de cada uno.
- Elaboración de un Plan de desarrollo individual, específico y concreto marcando unos hitos y unas pautas de seguimiento.
- Elaboración de un Plan de acción para el equipo (una vez analizadas las diferentes individualidades que lo componen) si se considera que es procedente o útil para el Departamento.

8. Dirección de equipos

- Cómo conseguir tener una idea clara sobre que significa "equipo"
- Cómo entender las dinámicas que existe en un equipo
- Diagnóstico de la etapa de desarrollo está su equipo
- Consecución de una metodología para llevar su equipo hacia la madurez
- Cómo aumentar la tolerancia de los participantes con respecto a las diferencias de estilos y personalidades de las personas que trabajan en su equipo con el fin de sacar provecho de dichas diferencias
- Aprendizaje de una serie de herramientas que aumentan el eficacia del equipo

9. Gestión del conflicto

- Gestión del conflicto como oportunidad de aprendizaje.
- Visualización del conflicto como elemento clave de desarrollo organizacional y la negociación como una herramienta válida de manejo de situaciones conflictivas.
- Modo actual de afrontamiento de los conflictos e identificación de sus áreas de mejora.
- Desarrollo de las habilidades necesarias para abordar con éxito un proceso de negociación, de modo que se encuentren soluciones satisfactorias para cada una de las partes involucradas.

10. Sensibilización directiva

- Nuevos escenarios: análisis del entorno competitivo actual y nuevos retos en referencia a la realidad
- Implicaciones que se derivan de esta situación de cara a la definición del modelo de empresa deseado y necesario.
- Avanzando en una reflexión estratégica y los valores culturales que orienten y se vayan constituyendo como factores diferenciadores
- El papel directivo: alcance y límites en un proceso de cambio.
- Visión estratégica de la labor de influencia.
- Definición de áreas de autonomía y responsabilidad en la toma de decisiones.
- La pareja paradójica ser flexible y al mismo tiempo asertivo.
- La integración del equipo y su dinamización.
- La comunicación como herramienta de implicación y movilización de las personas en la estrategia de la organización.
- La comunicación como generación de sinergias y gestión de ambigüedades
- Autorreconocimiento de fortalezas y debilidades de la comunicación interpersonal.
- El trabajo en equipo como línea estratégica de desarrollo
- Factores críticos en el desarrollo de equipos de trabajo.
- Los grupos de supuesto básico como involución de la eficacia del equipo.
- La gestión de actitudes antitarea en el equipo

11. Secretariado de dirección

- Mejora de la comunicación
- Protocolo y relaciones publicas
- Atención telefónica
- Comunicación escrita actual

12. Calidad

- Conceptos básicos sobre la Calidad: calidad total, calidad integral
- Concepto actual de calidad y competitividad.
- Principios del control de calidad.
- Gestión y mejora de la calidad
- Calidad de Servicio.
- Aspectos económicos de la Calidad
- Control de calidad y producción

1. Gestión del tiempo

- El tiempo como recurso
- ¿Cómo organizo mi tiempo?
- Diagnóstico y control del tiempo
- Los ladrones del tiempo
- Consejos para aprovechar mejor el tiempo

2. Presentaciones eficaces

- Elementos que componen las reuniones
- Aprendiendo a hablarme
- Pilares de la comunicación eficaz
- Estructuración del mensaje
- Metodología y medios
- Objeciones
- Las conferencias
- El auditorio

3. Negociación

- La acción de negociar en el entorno actual:
- Negociación desde y para mi papel:
- La negociación inteligente: yo gano - tú ganas.
- De la táctica a la estrategia: preparación, desarrollo y evaluación.
- Herramientas para la negociación:
- Tácticas y contratácticas.
- Concesiones.
- El factor tiempo.
- Los pilares del poder.
- La comunicación negociadora.
- Gestión del proceso de negociación desde una óptica comercial
- De la venta de productos a la venta de servicios.
- Claves de éxito para la venta de servicios.
- Autodiagnóstico: mis puntos fuertes y débiles.
- Conociendo a mi cliente
- Habilidades de entrevista y negociación con el cliente.

4. Análisis de problemas y toma de decisiones

- Cada vez más información, menos tiempo y equipos más ajustados: cómo gestionarlos.
- Cómo analizar la situación actual y la meta deseada seleccionando la información más relevante.
- Cómo aproximarse, identificar y clasificar los problemas o efectos.
- Qué es un problema: Qué, dónde, cuándo, por qué ...
- Análisis de las causas y los efectos.
- El dilema de la decisión.
- Cómo realizar el seguimiento y control de todo el proceso

5. Motivación

- ¿Qué entendemos por motivación?
- La motivación en el trabajo.
- Teorías sobre la motivación.
- Teorías centradas en el contenido.
- Teorías centradas en el proceso.
- Modelo de desarrollo de la motivación humana
- Niveles de análisis.
- Variables clave de la conducta motivada.
- Puntos de actuación.
- Pretest.
- Desarrollo de algunas teorías.
- Síntesis de teorías: Maslow, Aldefer, Herzberg y Mc Clelland.
- Teoría del rol de Miner.
- Teoría del establecimiento de metas.
- El gobierno emocional
- Inteligencia emocional
- Motivación y emoción.

6. Comunicación

- “La comunicación como proceso vivo”
- Qué entendemos por comunicación.
- Cómo reconocer y controlar las barreras de la comunicación.
- Comunicación verbal y no verbal: cómo conseguir coherencia
- “La expresión verbal al servicio de la imagen y la comunicación persuasiva”
- Afectividad en la voz: entonación, pausas, ritmos, expresividad, eficacia.
- Cómo “comunicar en positivo”: palabras vivas y expresión sencilla.
- Palabras y expresiones a evitar.
- Cómo personalizar el estilo a través del lenguaje.
- Cómo multiplicar los efectos de las palabras.
- “Recursos corporales para potenciar los efectos de la comunicación verbal”
- El lenguaje del cuerpo: cómo aprovechar nuestros recursos.
- La cultura de la mirada en las relaciones cara a cara.
- Cómo comunicarnos con los otros a través de los ademanes y gestos.
- Cómo manejar la distancia de intervención.
- “La escucha activa como -actitud de apertura- en las relaciones interpersonales”
- Qué entendemos por escucha activa.
- Cómo mostrar y transmitir interés en nuestro interlocutor.
- Cómo potenciar una actitud receptiva en la comunicación: la técnica de silencio.

7. Creatividad e innovación

- “La creatividad e innovación como respuesta a los retos del entorno”
- Características de las nuevas organizaciones.
- Retos de la empresa para el próximo milenio.
- La mejora de la Gestión a través de nuevas formas de organizarse.
- “La creatividad: ¿Qué es y cómo utilizarla?”
- ¿Por qué no somos creativos?.
- La creatividad como una nueva forma de pensar y sentir: ¿Podemos llegar a ser creativos?.
- Perfil del creativo: su misión, su visión del grupo, sus prioridades en el trabajo y sus estrategias de mejora profesional.
- Perfil del dinamizador de la creatividad: liderazgo y estilo de dirección necesarios, pautas de trabajo con el grupo y estrategias de comunicación con éste.
- “Técnicas para alcanzar el desarrollo creativo de los equipos”
- El pensamiento lateral
- Técnicas Analíticas y Sintéticas.
- La visualización de objetivos.
- La Tormenta de ideas.
- Metaplán.

8. Gestión del conflicto

- Qué está sucediendo en el entorno general.
- Hacia dónde evolucionan las organizaciones.
- Cómo buscar la consistencia y la coherencia organizativa (visión, misión, valores, estrategia, políticos).
- Cómo superar las resistencias y los miedos al cambio.
- Cómo impulsar, desde mi papel, una organización que innova y aprende
- Cómo aprender y activar reflexiones "de segundo grado" en el desarrollo de la inteligencia organizacional.
- Cómo aprender a desaprender y a aprehender (estructuras cognitivas circulares).
- Cómo guiar y hacer evolucionar "el mundo emocional" de la organización (las 8 funciones emocionales).

1. Telemarketing

- Importancia del teléfono en la gestión comercial
- Técnicas de utilización del teléfono
- Componentes de la comunicación telefónica
- Otras técnicas comunicativas
- Tipología de clientes
- Tipología de llamadas
- Utilización del call centre
- Concepto de Telemarketing
- Procesos de la venta en el canal
- Telemarketing: Funciones
- Fundamentos de la venta telefónica
- Fases de la venta
- Reglas y argumentario
- Utilización del call centre

2. Técnicas de venta

El contexto de la acción comercial

- Tipología de clientes y venta situacional

El contexto del proceso comercial

- Preparación.
- Inicio/Presentación.
- Detección de necesidades.
- Presentación de soluciones.
- Tratamiento de objeciones.
- Cierre/Compromiso.
- Solicitud de referencias

El seguimiento

3. Dirección comercial

- El marketing como función empresarial
- DAFO y Plan de acción comercial: recursos, mercado, entorno, consumidor, producto, servicio, competencia
- Planificación comercial y establecimiento de objetivos
- Características de una venta compleja.
- Tipos de interlocutores
- El contexto de la acción comercial
- Adecuación de los comportamientos. La Actitud/Aptitud.
- Venta situacional.
- La efectividad de los servicios/productos.
- Etapas del proceso comercial
- La entrevista de ventas.
- Fases del proceso.
- La gestión estratégica.
- Atención al cliente y tratamiento de quejas.

4. Franquicia

LAS CENTRALES Y GRUPOS DE COMPRA Y LAS FRANQUICIAS COMO FOMU - LAS PARA LA EVOLUCION EMPRESARIAL

- La nueva economía: Globalización, TIC, competencia
- Tendencias generales en la producción, la distribución y el comercio
- Herramientas emergentes: elementos inmateriales, nuevas tecnologías, redes y cooperación empresarial
- Competencia y cooperación: relación y límites. Fórmulas de cooperación.
- Las Centrales y Grupos de Compra como fórmula básica de cooperación empresarial.
- La franquicia y sus clases: franquicia industrial, de distribución, de servicios y de métodos.

LAS CENTRALES Y GRUPOS DE COMPRA: REALIDAD Y PERSPECTIVAS

- Antecedentes
- Evolución
- Formatos
- Aspectos legales
- Experiencias de gestión

LAS FRANQUICIAS: REALIDAD Y PERSPECTIVAS

- Antecedentes
- Elementos característicos
- Imagen y Signos distintivos
- Know-how
- Infraestructura de gestión
- Control
- Evolución
- Formatos
- Aspectos legales
- Experiencias