

Administración de Operaciones Comerciales

Commercial Operations Management COM

Curso línea Sharp-Training

Objetivos del curso:

- ✚ Habilitar al participante en todos los elementos más actuales requeridos para realizar la completa administración de operaciones comerciales
- ✚ Conocer lo más actual en Estrategia, Procesos, Factor Humano y Tecnologías para lograr el éxito comercial, así como entender la relación e interacción que existe entre ellos.

Perfil del Participante:

- ✚ Profesionales que tengan interés en conocer los temas relacionados con la administración de las operaciones comerciales, sus elementos y la relación entre ellos.
- ✚ Contar con la necesidad de implementar iniciativas asociadas a estos temas dentro de la empresa u organización, o que deba participar en un proyecto asociado.
- ✚ Profesionales que pertenezcan a las siguientes áreas: Comercial, Mercadotecnia, Estrategia, TI, Ventas, Atención a clientes, Operaciones, Recursos Humanos, Finanzas, Procesos, Call Center.

Temario:

- ✚ **Módulo 1: Introducción a COM**
 - ✚ Proceso y Objetivos de COM (Commercial Operations Process & Goals)
 - ✚ Producto/Servicios (Product Management)
 - ✚ Marca y Mercados (Brand & Marketing Management)
 - ✚ Gente y Capital Intelectual (Intellectual Capital Management)
 - ✚ Procesos (Operativos y de Negocios)
 - ✚ Objetivos y Estrategias (Strategy Management)
- ✚ **Módulo 2: Administración de Necesidades (Needs Management)**
 - ✚ Análisis y Monitoreo de Tendencias (Macro Trends)
 - ✚ Innovación Inspirada por el Consumidor (Consumer Inspired Innovation)
 - ✚ Cocreación (Co-Creation)
 - ✚ Innovación y Medios Sociales (Social Media & Innovation)
 - ✚ Detección y Análisis de Necesidades (Needs, Requirements & Desires Management)
 - ✚ Proceso de Administración de Necesidades

- ✚ El Gerente de Gestión de Clientes, Customer Manager/Customer Chief Officer (CCO)

- ✚ **Módulo 3: Lealtad y Vocación al Cliente**
 - ✚ Procesos de Relaciones con Clientes
 - ✚ Pirámide de Niveles de Compromiso del Cliente
 - ✚ Objetivos de Vocación para el Cliente
 - ✚ Proceso de Vocación al Cliente
 - Clasificación y Segmentación
 - Diseño de Esquema de Compromiso del Cliente
 - Mecanismos de Escalación
 - Planeación de Respuestas al Cliente
 - Manejo de Vivencia del Cliente
 - Esquema de Evaluación del Desempeño de Vocación del Cliente

- ✚ **Módulo 4: Administración de Canales de Comercialización**
 - ✚ Multichannel Marketing
 - E-Commerce
 - Web 2.0 y Web 3.0
 - Field Service
 - Self Service
 - ✚ Trade Marketing
 - ✚ Category Management
 - ✚ Merchandising

- ✚ **Módulo 5: Administración de Conceptos (Concept Management)**
 - ✚ Planeación y Gestión de Beneficios al Consumidor (Benefit Management)
 - ✚ Gestión del Futuro (Future Management/Futurology)
 - ✚ Destrucción Creativa (Creative Destruction)
 - ✚ Conceptualización Digital y Física (Digital & Physical Conceptualization)
 - ✚ Laboratorio de Conceptualización (Concept Lab Management)
 - ✚ Innovación Ecológica (Echo Innovation)
 - ✚ Proceso de Conceptualización: Administración de Ideas-Resolución de Problemas-Conceptualización.

- ✚ **Módulo 6: Implementation Management**
 - ✚ Transformation Strategies: Agility, Speed, Visibility, Efficiency and Growth
 - ✚ Administración de Proyectos (Project Management)
 - ✚ Administración de Procesos (Process Management)

- ✚ **Módulo 7: Caso de Negocios**
 - ✚ Definición de Caso de Negocios
 - ✚ Componentes del Caso de Negocios
 - ✚ Consideraciones y Métodos
 - Métricas Financieras
 - Consideraciones y Hechos
 - Requerimientos y Limitaciones
 - Escenarios
 - Valor Neto vs Incrementos
 - Modelo de Costeo
 - Beneficios
 - Fuentes de Información y Métodos
 - ✚ Impacto en el Negocio
 - Modelo Financiero

- Flujo de Efectivo
- Anàlisis de Resultados
- Resultados no Financieros
- ✚ Sensibilidad, Riesgos y Contingencias
 - Anàlisis de Sensibilidad
 - Anàlisis de Riesgos
 - Contingencias y Dependencias
- ✚ Conclusiones y Recomendaciones
 - Conclusiones
 - Recomendaciones

- ✚ Mòdulo 8: Technology Management
 - ✚ Marcos de Referencia de Tecnologías de la Información (IT Frameworks)
 - ✚ Taxonomía de las Tecnologías de la Información (IT Taxonomy)
 - ✚ Mecanismos de Anàlisis (Analytics & Dashboards)
 - ✚ Aplicaciones de Software para Actividades Comerciales (IT Applications for Commercial)
 - ERP
 - SCM
 - CRM
 - CEM
 - BI

- ✚ Mòdulo 9: New Marketing
 - ✚ Mercadotecnia Social (Social Marketing)
 - ✚ Técnicas para Anàlisis de Mercados (Crowd Sourcing –cool Hunting – cool Farming)
 - ✚ Mercadotecnia de Servicios (Service Marketing)
 - ✚ Brand Management: logoramas, local branding y proceso

- ✚ Mòdulo 10: Crisis Management
 - ✚ Administraciòn de Riesgos (Risk Management)
 - ✚ Continuidad de Negocios (Business Continuity)
 - ✚ Administraciòn de Mecanismos de Recuperaciòn ante Desastres (Disaster Recovery Management)

Inversiòn:

- ✚ **Modalidad Online:**
 - ✚ Costo por participante: \$16,560.00 IVA incluido
 - ✚ Duraciòn: 24 hrs.
 - ✚ Incluye: manual del curso en electrònico (pdf), herramientas modelo, referencias web y documentos de lectura (pdf)
 - ✚ Entregable del curso: plan de operaciones comerciales, reconocimiento por parte de la AINIM
 - ✚ Para cursos abiertos se requiere de un mìnimo de 5 participantes.

- ✚ **Modalidad Presencial:**
 - ✚ Costo por participante: \$46,080.00 IVA incluido
 - ✚ Duraciòn: 24 hrs.
 - ✚ Incluye: manual del curso impreso y en electrònico (pdf), herramientas modelo, referencias web y documentos de lectura (pdf)
 - ✚ Entregable del curso: plan de operaciones comerciales, reconocimiento por parte de la AINIM
 - ✚ Para cursos abiertos se requiere de un mìnimo de 10 participantes.

Informes: ventas@grunetec.com

Fin del documento _____