MARIO ABRIL

Programa de Entrenamiento

Nuestra ventaja competitiva

Mi experiencia profesional en tres multinacionales de diferentes industrias durante 16 años liderando un equipo de 23 ejecutivos multidisciplinarios; y más de 8 años como asesor y facilitador, garantizan que el evento de capacitación le resulte una excelente inversión.

Los asistentes, además de recibir información valiosa y moderna, salen con propuestas innovadoras y motivados al logro de sus objetivos individuales y los de la empresa.

Actividades pre-evento

- Realizo un conversatorio para conocer en detalle la situación actual, los antecedentes y las expectativas de la empresa.

- Llegamos con la empresa a un acuerdo mutuo del alcance, temario y objetivos del evento.

Actividades post-evento

- La empresa recibe un informe del desempeño de los ejecutivos, así como de las propuestas recibidas y los acuerdos llegados durante el evento.

- Si bien el evento de entrenamiento informa, motiva y actualiza logrando resultados tangibles (clientes, ventas, ahorro, productividad, satisfacción y reputación); es posible que la capacitación deba complementarse con programas de asesoría.

Opciones de entrenamiento

Le propongo dos opciones de entrenamiento que se ajustan no solo a su presupuesto sino a la disponibilidad de tiempo de sus ejecutivos:

- Una conferencia
  * Medio día: desde 1 hr. hasta 4 hrs.
  * Día completo: hasta 8 hrs. en una sola jornada

- Un seminario–taller o certificación
  * De 10 hrs. hasta 40 hrs.

Su mejor inversión

Evento	Inversión	Duración
Conferencia	$ 350 - $ 500	1 hr. a 4 hrs.
Conferencia	$ 750 - $ 900	Día completo
Seminario - Taller	$ 90 - $ 110	Por hora

Los valores:

- Excluye: tickets aéreos, logística, viáticos e IVA.
- Incluye: un ilimitado número de asistentes (recomendado 30 para talleres), diploma en digital, dos libros relacionados con el tema en formato digital y versión resumen.

Temario

COMUNICACIÓN

OBJETIVOS

* Convertir la comunicación organizacional en resultados tangibles: clientes, ventas, productividad y prestigio.
* Compartir las estrategias y los recursos comunicacionales para precautelar e impulsar el prestigio de la marca, para mejorar y rentabilizar la relación de la empresa con sus clientes y colaboradores.

TEMAS

* **Branding**, el arte y la ciencia de crear y posicionar una marca
* **Comunicación efectiva**, para impulsar la productividad y el trabajo en equipo
* **Comunicación estratégica**, para informar, impactar y fidelizar al mercado, al cliente y al personal
* **Comunicación interna**, para alinear los objetivos personales con los de la empresa
* **Comunicación verbal y no verbal**, para vender y fidelizar
* **Cultura organizacional**, el ADN del Éxito y de la Prosperidad
* **Relaciones públicas**, mucho más que eventos y medios, una gestión rentable con los públicos
* **Reputación**, el intangible para lograr excelentes resultados sostenibles

PRODUCTIVIDAD

OBJETIVOS

* Impulsar la productividad del personal: administrativo, operativo y comercial.
* Identificar las estrategias y competencias blandas que impulsen la productividad.

TEMAS

* **Equipos de Alto Rendimiento y Relacionamiento**
* **Gestión del Tiempo**, para alcanzar máxima efectividad
* **Inteligencia Relacional**, la suma sinérgica de las inteligencias
* **Inteligencia Emocional Empresarial**, para gestionar constructivamente conflictos
* **KPI** (Indicadores Claves de Desempeño y Productividad)
* **Personal Branding**, estrategias y técnicas empresariales aplicados en la persona/profesional
* **Resolución de Conflictos**, basado en Inteligencia Relacional y Negociación

CREATIVIDAD & INNOVACIÓN

OBJETIVO

* Despertar la creatividad del personal e identificar las estrategias y el ecosistema necesario para lograr una máxima y efectiva innovación.

TEMAS

* **Creatividad e Innovación**, para impulsar las ventas, la sostenibilidad de los resultados y el prestigio.
* **Creatividad e Innovación**, para convertir a una crisis en oportunidad.
* **Felicidad Organizacional**, basada en liderazgo, inteligencia relacional y creatividad.

MARKETING RELACIONAL

OBJETIVO

* Alinear las estrategias, tácticas y recursos del marketing al logro de los objetivos comerciales de la empresa, basándonos en las necesidades y expectativas del cliente.

TEMAS

* **CRM**: modelo de negocio, estrategia, plan de acción y software
* **Marketing Relacional**, generando relaciones rentables y duraderas
* **Lovemarks**, más que vender, enamorar
* **Liderazgo** basado en Inteligencia y Marketing Relacional

SERVICIO AL CLIENTE & VENTAS

OBJETIVO

Actualizar conocimiento y motivar al personal a mejorar su desempeño y actitud frente al cliente para lograr sus objetivos comerciales y marcar un gran diferenciador con la competencia basada en el servicio.

TEMAS

* **Del Producto al Corazón** del cliente
* Excelencia en **Atención Telefónica**
* Diseño y gestión de la **Experiencia del Cliente**
* **Prospección y Cierre de Ventas** efectivas
* **Service Design**, diseñando servicios que fascinen al cliente
* **Servicio al Cliente orientado a la Venta**
* Ventas orientadas a la **Asesoría**

Mario Abril F.

mabril@abril.ec
RRSS: @MarioAbrilF

- Especialista en Innovación y Liderazgo desde la Inteligencia Relacional Empresarial y la Marca Personal
- Experiencia laboral en tres multinacionales durante 16 años: Movistar, IBM y Belcorp
- Investigador, consultor y conferencista
- Mentor y coach

En caso de certificaciones, acompañan a Mario Abril, expertos nacionales e internacionales.

MARIO ABRIL

www.abril.ec

mabril@abril.ec