

EMPRESAS QUE SE DIFERENCIAN Y ENAMORAN

En un mundo hiperconectado, en el que todo está a un clic de distancia, conseguir diferenciarnos y enamorar a nuestros clientes no es una cuestión de técnicas de ventas, sino de posicionamiento estratégico. Este curso te acompañará en el viaje de transformación desde proveedor a creador de los vínculos que generan seguidores.



Presentación – Introducción



Hoy, las diferencias entre nuestros productos y servicios y los de la competencia o son mínimas o no existen. Por si esto fuera poco, con lo complicado que es diseñar, crear y lanzar nuevos productos y servicios, cualquier novedad que saquemos al mercado nos dará una ventaja competitiva temporal nimia.

La innovación es fundamental para la sostenibilidad de una organización, pero la innovación es muy costosa y tampoco garantiza el éxito de acertar. Aún siendo una empresa innovadora no podremos ser siempre los primeros en todo nuestro portafolio de productos y servicios.

La única ventaja competitiva real que puede ser sostenida en el tiempo, es que nuestra empresa sea percibida como una marca diferente, dentro del ecosistema competitivo de nuestro sector, y que seamos capaces de crear un vínculo emocional que logre que, aunque con este producto y en este momento no seamos los más innovadores ni los más baratos, el cliente prefiera relacionarse con nosotros y llevar nuestro producto en su bolsillo al de la competencia.

Aprender a diferenciarnos en un mercado que todo está a un clic de distancia y lograr que nuestro cliente se enamore de nuestra marca es la única ventaja competitiva realmente diferencial.

EMPRESAS QUE SE DIFERENCIAN Y ENAMORAN

En un mundo hiperconectado, en el que todo está a un clic de distancia, conseguir diferenciarnos y enamorar a nuestros clientes no es una cuestión de técnicas de ventas, sino de posicionamiento estratégico. Este curso te acompañará en el viaje de transformación desde proveedor a creador de los vínculos que generan seguidores.



Metodología

Este es un curso presencial que combina la utilización de casos prácticos, la explicación teórica de los conceptos vertidos en el aula y la deliberación entre todos los asistentes.

Se realizarán dinámicas con las que los alumnos se llevarán directrices y un plan de acción que podrán comenzar a aplicar al día siguiente en sus propias organizaciones.

Contenido

- La gran diferencia entre tener actitud y tener una estrategia para enamorar.
- Construyendo un plan.
- Cómo estar seguro de que estamos haciendo lo que tenemos que hacer.
- Diferenciar nuestra marca es fácil, hacerlo sin caer en la frivolidad no tanto. Hacerlo sin esfuerzo imposible.
- Iniciando el exigente camino de la diferenciación.
- Los pasos que transforman a un cliente en un fan.
- El uso de la comunicación como arma de construcción masiva.

Curso PRESENCIAL

EMPRESAS QUE SE DIFERENCIAN Y ENAMORAN

¿Cómo diferenciar tu empresa
cuando los servicios y productos
son tan similares?



Si quieres
menos clientes y más fans
definamos una
estrategia para lograrlo



Qué palabra permite
aumentar del 60% al 93% las
personas que te dicen que **SÍ**
a una petición.
Porque esa palabra
existe.



Cómo lograr que los clientes
estén más predispuestos a
colaborar contigo.
Porque es posible
únicamente con un par
de pasos.

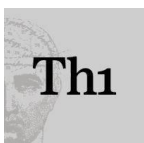


Cómo hacer que el precio no
sea el factor determinante de
compra.
Porque los estudios han
demostrado que es
posible hacerlo.



Cómo conseguir clientes
que quieran probar un
producto nuevo o
desconocido.
Porque hay diversas
maneras de plantearlo.

DOCENTE



Marcelo Castelo, pensador e investigador representado por Thinking Heads.
Investiga cómo utilizan su comunicación los grandes profesionales para influir en sus clientes, pacientes, alumnos, subordinados, jefes, colegas o socios. **Autor de la teoría de comunicación La transición de fase.**

Curso PRESENCIAL

EMPRESAS QUE SE DIFERENCIAN Y ENAMORAN

¿Cómo diferenciar tu empresa
cuando los servicios y productos
son tan similares?



SI QUIERES

- Saber cómo lograr que el precio no sea el factor determinante de compra.
- Aprender las palabras que te ayudarán o te perjudicarán para lograr el Sí del cliente.
- Cómo dejar de ser uno más para empezar a ser el más.
- Diseñar una estrategia de diferenciación aplicable al día a día de tu organización.
- Incrementar hasta un 20% el número de citas concertadas por teléfono.

QUÉ LOGRARÁS CON ESTE CURSO

- Descubrir **el orgullo de que te compren**.
- Autoestima a prueba de coyunturas.
- Incremento de la seguridad personal.
- **Reconocimiento profesional**.
- Capacidad para crear escenarios no previstos.
- Forjar la capacidad de **persuasión y liderazgo**.
- Expresión con convicción.
- Aprender a sacar el **lado más seductor**.

PARA QUIÉN ES ESTE CURSO

- Directores generales, gerentes y personal directivo.
- Ejecutivos de cuentas.
- Consultores y asesores.
- Comerciantes.
- Vendedores.
- Equipos técnicos.
- Profesionales de todos los ámbitos que tengan relación con clientes externos o internos.
- Todo profesional que desee incrementar su capacidad de persuasión.

CONVOCATORIA PRESENCIAL