

“Inspire a los miembros de su equipo para aplicar conceptos de negocio que les ayuden a poner su estrategia en acción - rápido,”

El éxito es una meta móvil. ¿Cómo lograr que toda la gente apoye su estrategia en un mercado que está en medio de un cambio vertiginoso? En la simulación de negocios Enterprise™ de Celemi, seis empresas compiten por los mismos clientes en un mercado dinámico. Los participantes ejecutan los roles del equipo gerencial - compuesto de Marketing y Ventas, Desarrollo y Servicios, Planeación y Entrega, Finanzas y Control. El principal desafío es construir y exitosamente ejecutar una estrategia que conduzca a resultados ganadores.

Los equipos se embarcarán en una aventura de negocios donde habrá tanto riesgos como recompensas y donde estarán al filo de la navaja y tendrán que pensar estratégicamente para ser exitosos.

Enterprise™ de Celemi desafía a los participantes a enfrentarse a incertidumbres y balancear los resultados a corto plazo con el valor a largo plazo. Los equipos necesitarán:

- Decidir sobre la posición deseada en el mercado.
- Identificar clientes selectos a quienes vender.
- Satisface las demandas del cliente al desarrollar un portafolio de productos atractivos rentable
- Entrega de valor con excelencia obteniendo el mejor resultado tanto de la gente como de los procesos.
- Crear un valor de marca fuerte y sustentable.
- Monitorear los resultados financieros tanto a corto como a largo plazo.

Manténgase a la vanguardia en un mundo cambiante



El facilitador certificado utiliza un programa de software para conducir un análisis anual detallado y comparativo de los desempeños de los equipos respecto a un conjunto de factores objetivos.

Esto conduce a una discusión interna y a vincular las experiencias de los participantes con lo que sucede en sus respectivas empresas al final de la simulación, existe un ejercicio de siguientes pasos donde la gente es invitada a llegar a conclusiones acerca de sus propias áreas de responsabilidad.

Esto garantiza que la experiencia y resultados obtenidos en la simulación es traducida en un conocimiento útil y sustentable.

Lo que los clientes dicen:

“Es el entrenamiento más interactivo en el que he participado. Los puntos clave del aprendizaje se han resaltado mediante demostraciones prácticas de tal forma que todo mundo pueda ver y sentir.”

- Jan Reznicek, Gerente del Call Center, Atención a Clientes, CeskaPojistovna, a.s.

Quién se beneficia:

- La gerencia media y alta en grandes empresas con una oferta de productos y servicios que utilizan la simulación para poner la estrategia en acción – rápido.
- Los colaboradores que quieren ganar un entendimiento común del panorama general así como hacerse a la idea de cómo los individuos pueden contribuir para mejorar la competitividad de la empresa.
- Los gerentes responsables de la capacitación pueden usar la simulación para tener una formación práctica e interactiva, así como para comunicar la estrategia de la compañía.

Resultados clave:

- Los participantes ganan un marco común de referencia sobre la situación total del negocio, misma que absorben y entienden rápidamente.
- Ofrece un modelo mental de cómo los negocios operan, cuáles son las prioridades y como se puede avanzar.
- Alienta la gente explorar y descubrir los impulsores clave para el valor del negocio y su impacto relativo en la organización.
- Ayuda a los participantes a identificar el potencial de mejora y como ellos pueden contribuir a la estrategia mediante sus propios roles en la organización.
- Inspira el deseo de la gente para hacer la diferencia.

Conceptos clave:

- Atraer a los clientes adecuados.
- Necesidades del cliente, valores y preferencias.
- Sedimentación de clientes.
- Uso adecuado de recursos.
- Activos tangibles e intangibles.
- Gestión del conocimiento.
- Valor para los accionistas.
- Indicadores financieros, costos buenos y malos



Jerarquización basada en la información correcta:

- Ciclo de vida del producto
- Pronóstico continuo
- Balanced Scorecard
- Utilización de la capacidad
- Benchmarking

Mantenerse competitivo en un mercado cambiante

- Propuestas de valor
- Precio y portafolio de productos
- Eficiencia operacional
- Océanos Rojos y Azules
- Inteligencia del mercado

Hechos

Simulación basada en tablero.

Participantes:

- Desde 12 a 24, agrupados en equipos de 3 a 4.
- Vendedores, gerentes de ventas y equipos de apoyo a ventas.

Tiempo requerido: 2 días completos.