

FORMACIÓN-ACCIÓN NIVEL BÁSICO

Las empresas que escojan este nivel seguirán el siguiente programa:

NIVEL BÁSICO			
ÁREAS A TRATAR	CONTENIDO	SESIONES PRESENCIALES	APOYOS INDIVIDUALES
1 ESTRATEGIA (Gestión información)	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de fuentes de información (grupos de interés) • Análisis interno + análisis externo (competencia, información sectorial...) 	1 sesión de 3 horas	2 horas
2 ESTRATEGIA (Reflexión y desarrollo planificación estratégica)	<ul style="list-style-type: none"> • Definición proceso/método para realizar reflexión estratégica • Fijación objetivos de largo plazo (Misión, Visión) 	1 sesión de 3 horas	2 horas
3 ESTRATEGIA/RESULTADOS (Despliegue y revisión)	<ul style="list-style-type: none"> • Despliegue Estrategia: planes de acción y reparto responsabilidades • Despliegue objetivos y definición de un cuadro de indicadores 	1 sesión de 3 horas	2 horas
4 CLIENTES (Segmentación, comunicación y mkt)	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar diferentes tipologías de clientes actuales y potenciales (motivos de compra) • Definición método/s para conocer necesidades/expectativas/satisfacción de los clientes. • Desarrollar planes de marketing y comunicación (posicionamiento, desarrollo marca...) 	1 sesión de 3 horas	2 horas
5 CLIENTES (Planificación de la actividad)	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación de la actividad (metodologías y herramientas) 	1 sesión de 3 horas	2 horas
6 PERSONAS (Perfil y selección)	<ul style="list-style-type: none"> • Definición perfil de personas/puestos (tareas, responsabilidades, funciones...) • Selección (necesidades estratégicas, conocimientos, actitudes...) 	1 sesión de 3 horas	2 horas

FORMACIÓN-ACCIÓN NIVEL AVANZADO

Las empresas que escojan este nivel seguirán el siguiente programa:

NIVEL AVANZADO			
ÁREAS A TRATAR	CONTENIDO	SESIONES PRESENCIALES	APOYOS INDIVIDUALES
1 ESTRATEGIA (Gestión información, reflexión, despliegue y seguimiento)	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos de interés, fuentes de información, métodos análisis información (interna y externa) • Métodos para realizar reflexión estratégica y despliegue (plan de gestión, acción...) • Seguimiento de la Estrategia 	1 sesión de 3 horas	2 horas
2 CLIENTES (Necesidades, marketing, mejora de la planificación)	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentación clientes, conocimiento motivaciones de compra, propuesta de valor... • Definición posicionamiento y valores de la marca • Métodos para mejorar la eficiencia de la planificación, garantizando calidad de los productos/servicios • Post-venta o cierre del servicio 	1 sesión de 3 horas	2 horas
3 PERSONAS (Formación y atención a las personas)	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz de competencias • Establecimiento planes de formación orientados a necesidades de las personas, la empresa y la estrategia • Satisfacción de las personas (encuesta, reuniones...) 	1 sesión de 3 horas	2 horas
4 PERSONAS (Compromiso de las personas)	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de comunicación interna • Sistemas de gestión participativos (reuniones eficientes, equipos de trabajo, gestión por procesos, 5S...) 	1 sesión de 3 horas	2 horas
5 RESULTADOS (Definición y gestión)	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de indicadores clave • Despliegue de objetivos y cuadro de indicadores (ejemplos prácticos). 	1 sesión de 3 horas	2 horas
6 INNOVACIÓN (Definición y gestión)	<ul style="list-style-type: none"> • Definición objetivos y estrategia para innovar • Análisis información (vigilancia tecnológica) • Potenciar contexto interno (gestión ideas, entornos colaborativos...) • Aprovechar el potencial del entorno (alianzas, innovación abierta, TIC's...) 	1 sesión de 3 horas	2 horas