

0.0

Comentarios (0)

Pablo Lopez Lecce

Córdoba, Argentina

Conferencista | Capacitador | Coach | Docente | Moderador | Panelista

País de residencia: Argentina

Nacionalidad: Argentina, España

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Modelos de Negocios, Negociación, Start-Ups, Coaching de ventas, Dirección de marketing y Ventas, Dirección Estratégica, Planificación de Negocios, Planificación estratégica, Venta Consultiva, Liderazgo – Neurolíderazgo, Neuronegociación, Neuroventas, Modelos de Negocios Low Cost, Customer Experience, Negociaciones Desiguales, Personal Training Negotiation.

Descripción del perfil

Presidente de Matercon SA empresa constructora y RG SRL servicios gastronómicos. Socio de Tecmigon SA y Zoilah LCC. Miembro de 5 consejos directivos en empresas latinoamericanas Ex Vicepresidente y director comercial de importantes empresas de Latinoamérica. Conferenciante y Consultor en temas de Modelo de Negocios, Marketing, Negociación y Dirección de Empresas en América Latina y España. Asesor de múltiples empresas en Latinoamérica. Especialista en Negociación, Planificación y Dirección, Marketing y Ventas. Autor del libro "Marketing Irracional", Editorial Pearson Co autor de los libros: "Dirección Estratégica de Venta Profesional¨, Ed. Pearson "Dirección Comercial", Ed. Cengage "Estrategia en Acción", Ed. Cengage "Lideres de Alto Impacto", Ed. Cengage

Conferencias, Cursos o Talleres

Retail Management

Flexible

los participantes explorarán las formas de triunfar del comercio minorista, las últimas tendencias a nivel global y las mejores prácticas en cuanto a estrategias y herramientas comerciales, financieras y de gestión de los recursos humanos y de los procesos operativos utilizadas por los negocios minoristas más rentables del mundo. Se les ofrecerá un modelo para pensar la estrategia y los factores principales para optimizar el desempeño de su negocio. Proveerá las herramientas necesarias para construir una estrategia comercial exitosa y gestionar efectivamente las operaciones del día-a-día.

Personal Buyer/Sales Trainner

Flexible

Con este taller los participantes podrán: • Incrementar el retorno a la negociación a nivel organizacional conduce a la toma de decisiones acertadas, ésta es la clave fundamental para lograr el éxito en el complejo entorno empresarial. • Potenciar las habilidades negociadoras innatas, sistematizándolas en el marco del proceso de negociación a través de la selección de herramientas adecuadas que permitan aplicar el esquema win-win. • Aplicar los conceptos teóricos a través de Role Play, para que los vendedores. aprendan a seleccionar las herramientas correctas de acuerdo al caso y a la situación.

Modelo Negocio Exitoso

Flexible

• Analizar el modelo de negocio actual • Determinar las claves de su éxito. • Diseñar un nuevo modelo de negocio que sea más versátil y eficiente. • Establecer los principales procesos y áreas claves. • Desarrollar un mapa de empatía del cliente • Construir un cuadro de mando de marketing y ventas integral con indicadores de gestión.

Cuadro de Mando Integral de Marketing y Ventas

Flexible

Conozca los principales indicadores para medir en forma Estratégica, Táctica y Operativa todas las acciones de marketing y ventas, y sepa como invertir adecuadamente su presupuesto con resultados rentables.

TALLER INTENSIVO DE NEGOCIACIONES AVANZADAS

Flexible

Un buen negociador es una persona que ha aprendido a facilitar un debate entre dos partes contrarias (una de las cuales puede ser él mismo), para que ambas cumplan con la ecuación GANAR - GANAR. Para negociar se debe estar preparado, conocer perfectamente los propios intereses y objetivos, averiguar sobre los de la contraparte, preparar una estrategia y saber comunicarse. Por ello, este Programa pretende desarrollar en sus participantes las habilidades requeridas para hacer frente a negociaciones eficaces, partiendo de la situación particular y del estilo personal de cada uno y muy enfocado en las particulares necesidades de los participantes.

Neuro Liderazgo

Flexible

Cómo funciona el cerebro-Las cuatro dominancias cerebrales Cómo hacer de mis objetivos sus objetivos. El nuevo paradigma del liderazgo: Neuroleadership. Recursos humanos…. O… “humanos con recursos”? Neuroplasticidad auto dirigida para la generación de equipos de nueva generación. Entrenamiento cerebral para la generación de “decisores exitosos”. Manejo de relaciones y comunicación intergeneracionales.-Entendimiento y convivencia intergeneracional Inteligencia de género. Forma y estilos de comunicación Técnicas de “autorregulación emocional” para el equilibrio en las decisiones y ser más eficaces. Manejo de relaciones entre las personas y Comunicación. Análisis transaccional bidimensional y de procesos relacionados al pensamiento y a las relaciones

Planificación Estratégica

Flexible

Desarrollar un Planeamiento Estratégico que permita: ? Definir los distintos Escenarios que se deben contemplar. ? Crear un Modelo de Gestión: sistema abierto en permanente interacción con el entorno que se utiliza tanto para diagnosticar la situación actual del banco para su transformación y adecuación a la realidad del Ecuador. ? Mostrar que el éxito de todo el banco es el éxito de uno y conseguir el compromiso individual ? Proyectar al banco hacia el mercado con un ojo puesto en la competencia ? Definir el proceso instrumental de la Estrategia: dos macro-actividades de vital importancia: Conversión y Posicionamiento. ? Buscar la Diferenciación Competitiva. Esquema de trabajo para su búsqueda permanente, su redefinición y orientación exitosa al mercado.

Management Transversal: Liderando las organizaciones modernas

Flexible

• Como dirigir en organizaciones multigeneracionales • El profesional del futuro • Manejando las relaciones interpersonales e intrapersonales • Cultura organizacional: Empresas Toxicas versus Saludables • Gestor Transversal

Marketing Experiencial: Creando experiencias memorables a través del Neuromarketing para vender mas

Sin especificar

• Tendencias y nuevos comportamientos sociales del consumidor • Los estados emocionales y las relaciones sinérgicas con el cliente • La integración de la gestión de la experiencia con los procesos del negocio. • Tipos y ejemplos de experiencias memorables. • El rol de los sentidos como inputs. • Experiencias holísticas y satisfacción

Desarrollando una Propuesta de Valor exitosa: Segmentación estratégica y creación de posicionamientos de alto valor diferencial.

Flexible

• De la segmentación de mercados a la creación de segmentos estratégicos. • El rol del cliente, la propuesta de valor y la red de valor. • Herramientas para desarrollar posicionamientos en mercados competitivos. • Percepción de valor

Marketing Irracional: Neurociencias aplicadas al marketing y a los negocios para ganar más dinero

Flexible

• Cómo funciona el cerebro del consumidor. • Cuáles son las dominancias cerebrales, • Cómo hacer para que los clientes compren mas. • Manejo de relaciones con los clientes. • Como estimular al consumidor, técnicas y herramientas.

Neuromanagement: Herramientas para la nueva dirección de las organizaciones

Flexible

• Análisis de procesos relacionados al pensamiento y a las relaciones • Cómo ser más eficaces en la toma de decisiones • Comunicación y relaciones interpersonales • Neuroleadership • Aplicación de las herramientas relacionadas al neuromanagement y al neuroleadership

Estrategias Alternativas: Cambiando la forma de hacer las cosas para que las empresas triunfen y ganen más dinero

Flexible

• Nuevas formas para establecer estrategias en las empresas y salir del entorno competitivo tradicional. • Como desarrollar e implementar estrategias no convencionales. • Técnicas y herramientas.

Work Management o Administración del trabajo: Herramientas para mejorar la productividad y calidad de vida en el trabajo

Flexible

• Comprendiendo el tiempo. • Principios de la gestión del tiempo y del trabajo. • Identificar los objetivos y establecer prioridades. • Desarrollo de un plan de gestión del tiempo y del trabajo • Desarrollo de un plan diario.

CUSTOMER DEVELOPMENT WORK SHOP

Flexible

Defina como diseñar y validar propuestas que satisfagan necesidades de sus clientes

APLICANDO EL MÉTODO LEAN STARTUP

Flexible

Aprenda a crear unidades de negocio de éxito, a través de la innovación continua.

CONSTRUYENDO EL MAPA DE EMPATÍA

Flexible

Proporciona una visión de los problemas y beneficios esperados por parte de un cliente tipo

CREANDO MI BUSINESS MODEL CANVAS

Flexible

Lienzo que facilita la descripción, diseño e iteración de modelos de negocio.

VALIDATION BOARD

Flexible

Construcción del Cuadro que permite monitorizar la evolución del proceso de validación de la propuesta de valor

BUSINESS STRATEGY MAP

Flexible

Proporciona una visión integral de la empresa y sus medios de información.

IMAGINARIA MENTAL INDUCIDA (IMI)

Flexible

Claves y secretos para crear acciones de neuromarketing exitosas.

MAPA DE LIDERAZGO PERSONAL

Flexible

Provee un camino para el diseño y construcción de estrategias y tácticas que le ayuden a alcanzar el éxito personal

MAPA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Flexible

Facilita el diseño de planes de acción que mejoren la comunicación dentro de la organización a partir de la combinación de Género, edad y dominancia cerebral.

Conferencia, Talleres y cursos sobre las siguientes temáticas:

Flexible

Modelos de Negocios, Planificación Negociación Marketing y Ventas Liderazgo Trabajo en Equipo Comunicación y Motivación

Estudios

Doctor in Business Administration DBA

UAD

2014

Master in International Business MBI

Universidad de Lleida

2006

Master en Business Administration MBA

IDE

2002

Libros

Marketing Irracional

A lo largo de sus capítulos, Marketing Irracional presenta al lector una panorámica de la compleja interacción entre seres humanas y empresas, aunque con un enfoque inédito: el rol que en ella juegan los sentimientos, emociones, sensaciones y experiencias, convirtiéndolo en un intercambio primordialmente basado en la irracionalidad. Gracias a una profunda investigación en el mercado Latinoamericano, entrevistas con más de cien ejecutivos pertenecientes a compañías locales, regionales e internacionales, así como al estudio de casos entre más de doscientas empresas, el autor ofrece en esta obra una respuesta novedosa y basada en la experiencia a una eterna interrogante: ¿cuál es el secreto para una buena práctica del marketing? En un estilo claro y conciso, el libro propone un cambio de paradigma sobre la forma de ver y hacer marketing, en el cual el hemisferio derecho de la mente (intuitivo, emocional) prevalece, como está avalado por las más recientes investigaciones en la materia. En adelante, sus campañas y acciones comerciales tendrán más sentido, podrá limitar y minimizar

los riesgos y sobre todo, si aplica adecuadamente el modelo final de propuesta de valor, hará crecer las utilidades de su empresa.

Líderes de Alto Impacto

En el capítulo I se explica el coaching como una herramienta esencial para los gerentes y se analiza el rol de los líderes-coaches con el modelo de intervención para líderes-coaches (MILC). En el capítulo II se habla de los equipos comerciales y en el III se estudian los equipos virtuales, el armado y la gestión de equipos a distancia. En los capítulos IV, V y VI se dedica a la resolución de conflictos y las negociaciones. En la última parte, en el capítulo VII se estudia el management trasversal y los desafíos de la conducción entendiendo las distintas generaciones que coexisten en una empresa, sus hábitos, costumbres, estilos, etc., y comprendiendo las diferencias en la forma de comunicarse y de trabajar entre los distintos géneros, masculino y femenino, usando para ello las neurociencias aplicadas. Por último, en el capítulo VIII entra al mundo de la creatividad, la innovación y el

pensamiento disruptivo de una forma práctica y clara.

Dirección Comercial Avanzada

Es una obra de 12 capítulos en los que se estudian temas relacionados con la gestión comercial, cuya redacción es clara y amena, y que cuentan con material complementario de realidad aumentada a la que se puede tener

acceso al escanear el icono de entrada a cada capítulo

Estrategia en acción. De la visión a la ejecución exitosa

La búsqueda de una ventaja competitiva sustentable requiere que la estrategia no quede librada a la intuición o la buena suerte. En la gestión estratégica a lo largo del tiempo, distintas disciplinas han hecho sus aportes. La principal fortaleza de Estrategia en Acción es incorporar la contribución de todas ellas a través de la participación de expertos en Dirección Estratégica, Marketing, Finanzas, Operaciones y Recursos Humanos, integrándolos en un único modelo. El libro guía al lector, de manera ordenada y metódica, en el desarrollo y aplicación de las principales herramientas y marcos de trabajo que favorecen los procesos de análisis, formulación e implementación de la estrategia. Se plantea la aplicación tanto en empresas existentes como en nuevos emprendimientos. Otra gran fortaleza de Estrategia en Acción es que ha sido escrito por profesionales con una amplia experiencia, no solo académica sino también directiva y gerencial en una gran variedad de importantes empresas. Esto permite aterrizar los conceptos a las situaciones del día a día de los negocios, y brindar soluciones prácticas a los distintos desafíos que se plantean. En cada capítulo el lector encontrará un conjunto de herramientas de aplicación inmediata y marcos de trabajo, que favorecerán los procesos de creatividad e innovación necesarios para alcanzar el éxito. El libro se plantea como una guía, tanto para el estudio, como para el desarrollo e implementación estratégica en las empresas, por lo que servirá de consulta permanente para quienes tienen

responsabilidades en la gestión de las mismas.

Direccion Estratégica de Venta Profesional

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/pablo-lopez