

“Inspira a los miembros de su equipo en la aplicación de los conceptos de gestión que contribuyen a la rápida puesta en acción de la estrategia.”

La definición de éxito cambia constantemente ¿Cómo conseguir que todos los colaboradores se alineen con la estrategia en un mercado que cambia con rapidez? En la simulación de negocios Celemi Enterprise™, seis empresas compiten por los mismos clientes en un mercado dinámico. Los participantes asumen los roles del equipo de dirección - compuesto por Marketing y Ventas, Desarrollo y Servicios, Planificación y Suministros, Finanzas y Control. El principal desafío es construir y ejecutar una estrategia que conduzca al éxito.

Los equipos se ponen manos a la obra en un entorno de negocios, con sus correspondientes expectativas en cuanto a riesgos y ganancias, en el cual tienen que mantener los pies sobre la tierra y pensar estratégicamente para alcanzar el éxito.

Celemi Enterprise™ reta a los participantes a que se enfrenten con incertidumbres y equilibren los resultados a corto plazo con el valor a largo plazo. Los equipos han de:

- Decidir cual es el posicionamiento de mercado deseado.
- Orientarse al segmento de clientes preferidos y conseguir ventas.
- Satisfacer las necesidades de los clientes desarrollando un portafolio de productos atractivo y rentable.
- Ejecutar contratos con excelencia por medio del uso óptimo de las personas y los procesos.

Siga siendo el líder en un entorno cambiante



- Crear un valor de marca fuerte y sostenible.
- Hacer el seguimiento de los resultados financieros - tanto de corto como de largo plazo.

El facilitador - certificado - usa un programa informático para realizar un análisis anual detallado y una comparación del rendimiento de los equipos en un conjunto de parámetros objetivos. Esto conduce a intensas discusiones y al establecimiento del vínculo entre la simulación y las propias experiencias de los participantes en su desempeño profesional.

Al final de la simulación hay un ejercicio “¿y ahora qué?” donde se invita a los participantes a extraer conclusiones acerca de sus propias áreas de responsabilidad. Esto asegura que la experiencia de la simulación tenga como resultado un conocimiento útil y perdurable.

Lo que opinan los clientes

“Es la formación más interactiva que haya atendido jamás. Los puntos clave se ilustran con demostraciones prácticas que todos los participantes pueden ver y sentir.”

– Jan Reznicek, Responsable de call center, Departamento de Atención al Cliente, Ceska Pojistovna a.s.

¿Para quién?

- Para responsables a nivel senior e intermedio, en empresas grandes con una oferta de productos y servicios, que pueden usar la simulación para la rápida puesta en acción de la estrategia.
- Para colaboradores, que obtienen un entendimiento compartido de la foto global, y cómo ellos, individualmente, pueden contribuir a la competitividad de la compañía.
- Para los responsables de formación que pueden usar la simulación para un entrenamiento interactivo y práctico, y para la comunicación de la estrategia de la compañía.

Resultados clave

- Los participantes obtienen un marco de referencia común de la situación global del negocio, la cual absorben y comprenden rápidamente.
- Ofrece un modelo mental de cómo funciona el negocio, cuáles son las prioridades y cómo progresar.
- Anima a las personas a explorar y descubrir los factores clave de generación de valor del negocio y su impacto en la organización.
- Ayuda a los participantes a identificar el potencial de mejora y a cómo pueden contribuir a la estrategia por medio de su rol en la organización.
- Inspira en las personas el deseo de marcar una diferencia.

Conceptos clave**Atracción de los clientes adecuados**

- Identificación de las necesidades, valores y preferencias de los clientes
- Segmentación de clientes

Utilización óptima de los recursos

- Activos tangibles e intangibles
- Gestión del conocimiento
- Valor para el accionista
- Indicadores financieros, costes buenos y malos

Prioridades basadas en la información adecuada

- Ciclo de vida del producto
- *Rolling forecast*
- Cuadro de Mando
- Utilización de la capacidad
- Comparativas (*Benchmarking*)

**Posición competitiva en un mercado cambiante**

- Propuesta de valor
- Estrategia de precios y portafolio de productos
- Posicionamiento y marca
- Eficiencia operativa
- “*Red and blue oceans*”
- Inteligencia de mercado

Datos**Material**

Simulación de negocio basada en tablero
Soporte a la discusión basada en ordenador

Número de participantes

De cuatro a seis equipos competidores: 12-30 participantes en total.
Se pueden realizar múltiples seminarios simultáneamente.

Participantes

Directivos, responsables intermedios, emprendedores y otros, con responsabilidades de marketing, ventas, estrategia y finanzas.

Duración

1,5 - 2 días.

Facilitación

Facilitadores certificados por Celemi

Idiomas

Estamos continuando traduciendo nuestros productos, consulte la lista actualizada en www.celemi.com

**CELEMI**

THE POWER OF LEARNING