

5.0

Comentarios (2)

Endoconsultinggroup Marcelo

Lima, Perú

Conferencista | Capacitador | Coach | Panelista

País de residencia: Perú

Nacionalidad: Perú

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Habilidades Gerenciales, Marketing y publicidad, Comunicaciones de marketing, Cultura centrada en el cliente endomarketing humatica y liderazgo, Dirección de marketing, Gerencias de Marketing, Coaching liderazgo organizacional, Comportamiento del Consumidor, Habilidades Blandas (habilidades Poderosas), Habilidades Gerenciales (Bloque completo de Soft y Hard Skills), Publicidad.

Descripción del perfil

Máster en Dirección de Empresas, por la Universidad Europea de Madrid (UEM), España y Magíster en Dirección de Empresas Globales, por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Magíster en Docencia Universitaria, Diplomado en Innovación y Emprendiendo en la Universidad los Andes de Colombia, especialización en Gerencia de marketing en la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Habilidades Directivas (ESAN) y Licenciado en Ciencias de la Comunicación, con más de 20 años de experiencia en Administración, Dirección y Marketing en las diferentes empresas del País. Marketing Coach & Trainer: Habilidades Directivas, Innovación y Emprendimiento, Marketing Personal, Gerencia de Marketing, Marketing Digital, Estratégico, Marketing de Contenidos e Inbound Marketing Founder and CEO, Endoconsulting / Marketing Coach & Trainer, responsable del desarrollo del planeamiento estratégico de la empresa, asimismo de los programas de marketing estratégico y operativo, aplicación de herramientas de comunicación interna, basadas en un diagnóstico organizacional, y de ello se derivan metodologías integradoras como fulldays, outdoour, endomarketing, coaching comunicacional y otras técnicas funcionales para desarrollar habilidades Directivas.

Conferencias, Cursos o Talleres

Dirección estratégica de marketing

De 2 Horas a 4 Horas

DESCRIPCIÓN GENERAL El marketing puede ser definido como el proceso por el cual la empresa de una manera rentable crea valor y satisfacción en el consumidor. Esta orientación es válida en cualquier situación de mercado, pero lo es mucho más en un contexto de cambios cada vez más rápidos, con mayor competencia y con clientes cada vez más exigentes e informados, como es el caso del mundo moderno globalizado. En este Workshop está focalizado en el desarrollo de conceptos para la identificación de problemas, su respectivo análisis, y la elaboración de propuestas de solución para una oportuna toma de decisiones en un marco de responsabilidad social y ética empresarial. OBJETIVOS: Tiene como objetivo fortalecer los conocimientos sobre el Marketing Gerencial. De esta manera, se capacita al alumno para poder conocer las variables fundamentales del marketing. A su vez la planificación operativa de las estrategias de marketing, su implementación y control. COMPETENCIAS: Dominará los conceptos claves de la dirección del marketing. Podrá definir, implementar, evaluar y controlar las estrategias de marketing de una compañía o un grupo de empresas alineadas con los objetivos estratégicos. Desarrollará las capacidades necesarias para analizar las políticas de precios y emitir propuestas que tengan en cuenta los recursos de la empresa y la situación cambiante del sector y la competencia. Dispondrá de los conocimientos para detectar los valores de una marca para recomendar cambios en la orientación de los planes de marketing y facilitar su posicionamiento en entornos altamente competitivos. A QUIÉN VA DIRIGIDO Está dirigido a personas con responsabilidades relacionadas con el área comercial (ejecutivos de ventas, product managers, desarrolladores de productos y nuevos negocios, entre otros), tales como la creación e implementación de estrategias de marketing, la gestión de ventas y el desarrollo de productos y servicios a clientes. Adicionalmente, está pensado para personas que, sin tener experiencia previa, quieran entender las dinámicas del marketing para aplicarlo al interior de sus empresas (consultores, estudios jurídicos, servicios

médicos, servicios de ingeniería, servicios tecnológicos, entre otros). METODOLOGÍA: Método del Caso Análisis de casos Aprendizaje Cooperativo Trabajo en equipo. Autoevaluación inicial y final del Workshop.

Personal branding para emprendedores

De 2 Horas a 4 Horas

FUNDAMENTACIÓN Este curso tiene la finalidad de situar al participante y promueve una nueva cultura de empleabilidad - emprendimiento, es decir gestionar una marca personal con técnicas y procesos de marketing para crear un valor, que se diferencie del resto de competidores y pueda ser identificando e influir en el entorno de su actividad. OBJETIVO El participante identificará los principales componentes de su marca personal para elaborar su propio plan, lo cual permitirá trazar su línea de carrera de acuerdo a sus metas profesionales y personales. TEMAS Fundamentos personal branding Proceso de personal branding y gestión de la marca personal

Identificación y creación de la imagen profesional asociada a la marca personal. Componentes de la marca personal. Importancia del networking en el crecimiento personal y profesional. Plan estratégico de marca personal.

Atención y fidelización de clientes

De 2 Horas a 4 Horas

El servicio al cliente eficiente, es identificar las preferencias tanto del cliente interno como externo y ofrecerle los productos o servicios que los satisfaga. Es comprender la importancia de ofrecer al cliente una “calidad de servicio” y una “atención al cliente” de nivel superior, definiendo competencias que debe desarrollar la persona en contacto directo con el cliente, con la capacidad de crear estrategias enfocadas y que supere cualquier obstáculo que se presente en el proceso de venta. OBJETIVO:Identificar las claves que hacen a una empresa ser reconocida por el serviciocon excelencia que presta a sus clientes, logrando además ser líderes y exitosas en el mercado. Conociendo al cliente Calidad de servicio Procesos y satisfacción Cliente interno Cultura de quejas Retención de clientes Marketing de relaciones Enfoques de calidad servicio y mecanismos de fidelización de

clientes. Estrategias de desarrollo estratégico de marketing.

Workshop de Habilidades Gerenciales

Flexible

DESCRIPCIÓN GENERAL Durante el proceso administrativo el director – Líder y colaboradores de la empresa juegan un papel esencial, que consiste en guiar a sus colaboradores, superiores y pares hacia el cumplimiento de objetivos estratégicos y operativos. En ese trayecto, el tiempo constituye un factor fundamental para la formación de nuevos directivos que encabecen proyectos de gestión empresarial o pública. El programa está dirigido, Directores, Jefes de área y colaboradores, que dentro de sus organizaciones desempeñan funciones de liderazgo, es decir, que tienen responsabilidad sobre recursos materiales, humanos y económicos dentro de la empresa y que participan activamente en los procesos estratégicos en las organizaciones. OBJETIVO Desarrollar en la persona, habilidades sociales y directivas a través del conocimiento y comprensión de uno mismo, apreciar los temores, motivaciones propias y comprender el papel del inconsciente en los procesos mentales de la persona y conocer estrategias para el manejo de emociones para lograr el éxito personal y laboral. TEMARIO Taller de Socialización Contribuye a la integración del grupo para la realización y ejecución del trabajo en equipo. Busca desarrollar la capacidad de cohesión, confianza y tolerancia entre los participantes del curso taller. Gestión del cambio personal La gestión del “cambio personal” es una dinámica que permite a nivel personal trabajar en la reducción a la resistencia al cambio y para generar enfoques proactivos frente a las nuevas demandas de las empresas. Liderazgo Proporciona a los participantes las habilidades innatas de un líder en su comportamiento diario, exige el nuevo estilo de liderazgo de las organizaciones, en sociedades globalizadas. El mercado y la sociedad, en general, están impulsando cambios complejos e inciertos, tanto en la manera de ser como en la forma de organizarse. Nos encontramos inmersos en organizaciones y contextos diversos, por lo que valorar y manejar con efectividad la diversidad se ha convertido en un imperativo para competir con éxito en las organizaciones. Negociaciones y Resolución de Conflictos En todo momento el ser humano está negociando. En nuestra vida personal, profesional o de empresa nos encontramos en situaciones de negociación, en algunas oportunidades los resultados son positivos, en otras ocasiones no son los esperados, y en otro momento, pueden llegar a niveles de conflicto, y a situaciones inmanejables. Coaching y Trabajo en Equipo Ofrece a los participantes conceptos fundamentales y las oportunidades de realizar un aprendizaje basado en la experiencia del autoconocimiento y conocimiento del otro, para así lograr adquirir la competencia de trabajo en equipo. La mayoría de las relaciones interpersonales con los colaboradores es una oportunidad de coaching; la calidad de esta interacción puede ser determinante en el desarrollo de sus competencias y en el consecuente logro de sus metas personales y organizacionales.. Inteligencia Emocional El concepto de IE, aunque relativamente nuevo en cuanto a su aplicación en la empresa, ha existido durante tiempo bajo diferentes acepciones: inteligencia social, competencia social, pensamiento emocional, Se centra en desarrollar habilidades directivas y gerenciales,

dentro de la perspectiva de la inteligencia emocional.

Taller de gestión empresarial

Flexible

Actualmente, las actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor, se han desarrollado con el avance de la tecnología, es por ello que los procesos de planificación, ejecución de la producción, fijación de precios, comunicación y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y las organizaciones, también han cambiado. El Marketing es una función organizativa y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para gestionar las relaciones con los clientes mediante procedimientos que beneficien a la organización y a todos los interesados, en ese sentido, las ventas se convierte en una herramienta importante para la venta de los producto y/o servicios. Objetivo Identificar las claves que hacen a una empresa ser reconocida por el servicio excepcional que presta a sus clientes, marketing y ventas logrando además ser líderes y exitosas en el mercado. Contenido Se tendrá el siguiente contenido que dura el proyecto: ? Estrategias de desarrollo y planeamiento estratégico de marketing. ? Marketing estratégico y operativo. ? Marketing y ventas. ? Proceso de ventas. ? Venta consultiva. ? Exhibición punto venta. ? Conociendo al cliente ? Calidad de servicio ? Procesos y satisfacción

Cliente interno ? Cultura de quejas ? Fidelización de clientes

Marketing personal y estrategias de emplebilidad

Sin especificar

Contenido Introducción Curriculum Vitae Imagen Personal Entrevista De Trabajo Conclusiones

Workshop de marketing digital

Flexible

Actualmente, las actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor, se han desarrollado con el avance de la tecnología, es por ello que los procesos de planificación, ejecución de la producción, fijación de precios, comunicación y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y las organizaciones, también han cambiado. El Marketing es una función organizativa y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para gestionar las relaciones con los clientes mediante procedimientos que beneficien a la organización y a todos los interesados, en ese sentido, el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación es fundamental para la gestión y el buen desempeño del marketing. Compartir experiencias y procesos para el desarrollo de campañas de marketing digital, bajo estándares de eficiencia y calidad. Otorgar conocimientos que no son compartidos en las aulas de las escuelas profesionales relacionadas a la gestión de marketing digital. Introducción al Marketing Digital El Marketing como disciplina y estrategia. Tendencias del Marketing. El comercio global y el Marketing en internet. Comercio Electrónico Formas de abrir una tienda en Internet.

Marketing Digital. Técnicas de adquisición. Técnicas de activación. Técnicas de fidelización. Redes, sitios y portales publicitarios.

Comunicación asertiva: ¿Cómo influye la forma de expresarte en el desempeño laboral?

Flexible

¿Cuáles son estas habilidades comunicativas? Tipos de comunicación: Comunicación verbal y no verbal Habilidades de la comunicación Comunicación organizacional Comunicación asertiva Técnicas para mejorar la

asertividad Evalaución del desempeño de tu equipo

Workshop generar clientes y oportunidades de negocios: inbound marketing

De 2 Horas a 4 Horas

El Inbound Marketing es una de las Estrategias de Marketing Digital que más relevancia está adquiriendo en estos últimos tiempos. Durante el seminario se explicará en que consiste y que lo diferencia de otras estrategias digitales. Profundizaremos en el análisis del nuevo consumidor, el SEO, el Social Media y analizaremos una estrategia de Marketing de Contenidos basándonos en casos reales. Objetivos Conocer el perfil del nuevo consumidor y exigencias del mercado Elaborar una Estrategia de Inbound Marketing. Conocer el potencial del SEO, Social Media y Marketing de contenido. Contenido El nuevo consumidor y el único marketing que será

efectivo Inbound Marketing vs Outbound Los tres pilares del Inbound Marketing Marketing de contenidos Casos prácticos

Liderazgo empresarial y atributos gerenciales

4 Horas o más

El desarrollo personal, profesional, como empresarial, demanda de líderes efectivos, que logren concretar los objetivos establecidos dentro de un ambiente altamente competitivo, desarrollando un trabajo sinérgico con una visión de futuro progresista y diferenciador, con nuevos conocimientos y prácticas, que afronten los retos de hoy, dirijan en forma eficiente y eficaz equipos comprometidos, considerando las nuevas tendencias del liderazgo y los propios atributos que caracterizan a los gerentes exitosos, siendo esto vital para el desarrollo personal profesional y empresarial. Dirigido a profesionales y emprendedores en general que deseen desarrollar nuevos conocimientos en temas de liderazgo en el contexto competitivo actual como herramienta para mejorar el desempeño personal y empresarial, así como distinguir los atributos gerenciales más eficaces en el mundo de las organizaciones. El participante logrará al final del curso tener una visión del liderazgo efectivo para el desarrollo empresarial en el mundo altamente competitivo, así como reconocer y desarrollar atributos gerenciales que son más adecuados a los distintos tipos de organizaciones, dentro de las empresas que se califican como éticas y socialmente responsables ? Que es ser líder ? Visión Compartida de las empresas ? Atributos y características de los líderes ? Modelos y estilos de liderazgo ? Inteligencia Emocional y liderazgo ? Pensamiento crítico y toma de decisiones ? Comunicación asertiva y efectiva ? Ética y resolución de conflictos ? Pluralismo cultural y liderazgo

? Nuevas Tendencias del Liderazgo en equipos virtuales ? El Líder Coach y las herramientas del Coaching ? Mentor y Mentoring

Gerencia del marketing de servicios

4 Horas o más

DESCRIPCIÓN GENERAL El curso proporciona una visión integral y práctica de las principales herramientas modernas a disposición de las empresas para lograr mejorar las experiencias de los clientes logrando diferenciación con la competencia. DIRIGIDO A Profesionales que requieren fortalecer sus competencias gerenciales y técnicas en dirección de empresas y áreas de servicios tanto hacia el cliente externo como hacia el cliente interno. OBJETIVOS El curso busca que el participante se familiarice con las herramientas específicas de la dirección de servicios en el moderno contexto globalizado. Se presentarán y discutirán aplicaciones de los conceptos fundamentales y se estudiarán diversos casos de éxito tanto latinoamericanos como a nivel mundial ? Identificación de los Momentos de la Verdad en Servicios ? El marketing mix de servicios: No bastan las 4Ps . ? Construcción de Culturas de Servicios ? Creando diferenciación por medio del personal de servicios ? La tecnología como estrategia para mejorar la calidad del servicio ? E-Marketing e E-Commerce y cómo aplicarlos a los servicios ? Las evidencias físicas y su impacto en la percepción de calidad ? Cómo mejorar la calidad mediante la participación de los clientes ? La gestión de reclamos y la recuperación de un servicio : Qué hacer y qué no hacer ? Influyendo en las expectativas de nuestros clientes ? Liderazgo requerido en organizaciones de servicios ? Diagnosticando el nivel de la calidad de nuestro servicio a través de investigación de mercados ?

Desarrollando normas y estándares de calidad de servicio que realmente sirvan ? Casos de éxito latinoamericanos ? Casos de éxito mundiales

Planeamiento y dirección estratégica

Sin especificar

DESCRIPCIÓN GENERAL El curso describe en qué consiste el planeamiento estratégico y cómo se desarrolla el modelo secuencial del proceso estratégico. Paso a paso, se da a conocer las distintas etapas y la importancia de cada una de ellas para tomar decisiones estratégicas adecuadas. Asimismo, el estudiante elabora un plan estratégico completo para una organización. DIRIGIDO A Dirigido a profesionales en general que deseen ampliar sus conocimientos en administración y planificación estratégica. OBJETIVOS Al final del curso el estudiante describirá integralmente en qué consiste la planificación estratégica. Al finalizar el curso el alumno reconocerá la importancia de la elaboración de un plan estratégico para una organización. Al finalizar el curso el estudiante elaborará un trabajo integral de un plan estratégico para una organización en estudio. TEMARIO ? El proceso estratégico y la administración estratégica: una visión integral. ? Etapas: formulación y planeamiento, dirección e implementación, evaluación y control y final. ? Situación actual de la organización. ? Visión, misión, valores y código de ética. ? El contexto global y la evaluación externa. ? La evaluación interna. ? Los objetivos de largo plazo y las estrategias en acción. ? Decisión y elección de estrategias. ? La puesta en marcha estratégica. ? La

revisión estratégica. ? Competitividad de las organizaciones. ? Plan estratégico integral y futuro de la organización.

Diseño plan de marketing estratégico

4 Horas o más

DESCRIPCIÓN La economía del Perú viene creciendo sostenidamente en los últimos veinte años y ofrece muchas oportunidades de negocio para las empresas y por lo tanto, se hace necesario estar mirando constantemente el mercado y revisar la posición competitiva de la empresa mediante un análisis del Modelo de Negocio, lo que permitirá compatibilizarlo con lo que exige el mercado y darle sostenibilidad en el tiempo. En ese contexto, se van a analizar los componentes principales de un Plan de Marketing de manera teórica, dinámica y práctica, combinando herramientas de última generación para establecer estrategias comerciales sobre la base del conocimiento del entorno de coyuntura y casos actuales, que van permitir sistematizar las ideas y plantear las acciones necesarias para realizar los planes de la empresa con el objetivo de potenciar las marcas y la reputación corporativa. El curso tiene tres partes, en la primera se brinda el marco conceptual que contiene un Plan de Marketing, los cambios ocurridos en el Perú y el Mundo para poder analizar el entorno externo e interno de la empresa y determinar el Modelo de Negocio actual para saber su posición competitiva; el análisis del consumidor para entenderlo y detectar oportunidades de mercado mediante una investigación analítica. En la segunda parte, se desarrollan estrategias comerciales con casos prácticos de empresas emblemáticas y se analizan los conceptos de las 4 P's del Marketing: Producto, Precio, Promoción y Plaza. Adicionalmente se agregarán otras P's del marketing moderno. En la tercera y última parte del curso, se analizarán los conceptos de creatividad e innovación y el marketing socialmente responsable creando valor compartido, que todo plan de marketing moderno debe de considerar para mantener vigente a la empresa. OBJETIVOS ? Adquirir y actualizar conocimientos y herramientas que permitan formular un Plan de Marketing para cada empresa regional del grupo que permita potenciar su marca y la reputación corporativa. ? Conocer el comportamiento de los nuevos consumidores y analizar los entornos interno y externo.

HERRAMIENTAS GERENCIALES

De 2 Horas a 4 Horas

OBJETIVO Fortalecer las competencias directivas de los participantes. TEMARIO ? Desarrollo del autoconocimiento. ? Manejo del estrés personal. ? Delegación. ? Manejo del tiempo. ? Creatividad y Análisis en la solución de problemas.

Liderazgo y trabajo en equipo

4 Horas o más

LIDERAZGO Este taller pretende dar a conocer las principales teorías, principios y técnicas analíticas, que permita a sus participantes tener el conocimiento y práctica de los tópicos vinculados sobre Liderazgo Gerencial. OBJETIVOS ? Desarrollar las competencias gerenciales, particularmente aquellas inherentes al Liderazgo. ? Practicar habilidades de Liderazgo Adaptativo. TEMARIO ? Bases comportamentales del Liderazgo Gerencial. ? Autoridad Formal y Autoridad Informal. ? ¿Por qué el grupo sigue a un Líder? ? Teoría de Rasgos (Cualidades de un Líder). ? Teorías Conductuales. ? Liderazgo Adaptativo. TRABAJO EN EQUIPO Este taller pretende dar a conocer un conjunto de teorías, principios y técnicas analíticas, que permita a sus participantes tener el conocimiento y práctica de los tópicos vinculados a las teorías y prácticas que conducen al Trabajo en Equipos de Alto Rendimiento. Esta asignatura pretende asimismo, clarificar las propias cualidades y limitaciones del estudiante como conductor de grupos humanos; buscando responder a los continuos cambios en el entorno organizacional. OBJETIVOS ? Proporcionar herramientas teórico - prácticas a fin que el alumno desarrolle habilidades gerenciales en los componentes relacionados a la motivación y trabajo en equipo, incrementando sus niveles de efectividad directiva. TEMARIO ? Competencias gerenciales para el trabajo en equipos de alto rendimiento. ? Los resultados que se esperan del trabajo en equipo (bases comportamentales) ? Conducción de grupos humanos para el trabajo en equipo. ? Diferencia entre Grupo y Equipo de Trabajo. ? Estilos de conducción para el Trabajo en Equipo. ? Mejorando los procesos de comunicación con el equipo y administrando el conflicto.

Experiencias

CEO Fundador

Endoconsulting

2017 - Actual

Director de Escuela Ciencias de la Comunicación

Universidad César Vallejo

2009 - Actual

CEO Fundador

Red Internacional comunicación estratégica

2018 - Actual

Estudios

Máster

Universidad Europea de Madrid

2017

MAGÍSTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS GLOBALES

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

2017

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Universidad Antenor Orrego

1996

Artículos

La comunicación asertiva: ¿CÓMO INFLUYE LA FORMA DE EXPRESARSE EN EL DESEMPEÑO LABORAL?

Aprende técnicas y descubre herramientas que te ayudarán a ser mas asertivo al comunicarte. Ser un buen comunicador es clave para las relaciones personales, en el éxito de tu carrera profesional y, además, la salud emocional de las personas. Dicho de otro modo, ser un comunicador competente es necesario para desenvolverse con éxito en esta vida.

Estrategias de endomarketing

La función del marketing ha ido evolucionando dentro de la empresa conforme la situación del mercado, que ha hecho que la importancia del cliente fuera aumentando hasta constituir el centro de la actividad de la empresa.

https://www.tusclases.pe/blog/objetivos-endomarketing

Perfil en Mentes a la Carta

https://mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/marcelo-linares