

0.0

Comentarios (0)

Ricardo Hoyos Ballesteros

Bogotá, Colombia
Conferencista | Capacitador | Docente

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Español

Áreas de conocimiento

Formación de vendedores, Creatividad, Plan de mercadeo, Técnicas de ventas exitosas, Costumer experience.

Descripción del perfil

Hola, soy una persona que ha trabajado toda su vida alrededor del marketing. He sido ejecutivo de algunas empresas de servicios en el área de marketing y ventas, también he sido docente a nivel de pregrado y posgrado en temas relacionados con marketing. Adicionalmente he trabajado en gestión académica como director académico del programa de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Sergio Arboleda (Bogotá) y Decano de la Facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás (Bogotá) He sido capacitador y consultor de medianas y pequeñas empresas a través de la Cámara de comercio de Bogotá, Fundes, Avanttia, Corpogestión y Sccala consultores. He publicado dos libros: Brandng: el arte de marcar corazones (2016) y Plan de marketing, diseño, implementación y control, 2da edición (2019).

Conferencias, Cursos o Talleres

Estraegias de experiencia del cliente

De 1 Hora a 2 Horas

La conferencia se centra en ofrecer los conceptos, herramientas y casos empresariales relacionados con procesos orientados a generar experiencias superiores en las empresas

Taller de plan de mercadeo

4 Horas o más

El taller que se orienta a empresas medianas y pequeñas combina la teoría y la práctica. Mediante un proceso participativo se van entregando los elementos conceptuales los que inmediatamente se van aplicando a cada empresa, de tal manera que la empresa salga con una primera aproximación de plan de mercadeo.

Taller de ventas y negociación

4 Horas o más

El taller se enfoca en desarrollar habilidades comerciales y de negociación para ejecutivos comerciales de medianas y pequeñas empresas. Se inicia con los principios o elementos básicos de las ventas (el ABC de las ventas), se aborda el proceso de la venta externa y la venta consultiva y se remata con elementos de negociación. Cada uno de los temas está acompañado de un taller de aplicación.

Branding: el arte de marcar corazones

De 1 Hora a 2 Horas

En esta conferencia los asistentes descubrirán las diferentes formas en que las marcas se conectan con los consumidores. Dentro de estas se mostrará que la conexión emocional es la mejor de ellas. Se revisarna los elementos más relevantes para lograr conexiones emocionales.

Experiencias

Decano Facultad de Mercadeo

Universidad Santo Tomás

2013 - 2018

Director Académico del programa de Marketing y Negocios Internacionales

Universidad Sergio Arboleda

2010 - 2013

Gerente de Agencia/Director comercial

Aseguradora Solidaria de Colombia

1993 - 1998

Jefe de Mercadeo

Seguros Condor

1991 - 1993

Coordinador de Mercadeo y ventas

Aeromensajeria

1990 - 1991

Estudios

Magister en Administración

Universidad Nacional de Colombia

2011

Especialista en logística comercial

Univerdad Jorge Tadeo Lozano

1999

Profesional en Mercadeo

Universidad Jorge Tadeo Lozano

1987

Libros

Branding: el arte de Marcar corazones

La marca (brand, en inglés) de un bien o servicio es un activo clave de la empresa para generar ganancias y generar impacto en el mercado. A través de su presencia en la publicidad esta tiene la capacidad de generar en los consumidores estímulos racionales, sensoriales y emocionales para permanecer por largo tiempo en su lista de preferencias de consumo. La construcción, planeación y gerencia de este activo en beneficio de los objetivos de la empresa se conoce como Branding. Este libro llena un vacío en la literatura sobe marketing y publicidad pues reúne los principales aportes conceptuales sobre la marca y su uso en el mundo empresarial. Branding: el arte de marcar corazones hace un recorrido teórico y práctico por las generalidades de esta rama del marketing (tipos de marca, componentes, asignación de nombres, protección legal y la marca como activo) y por las estrategias de gerencia de marca a partir de ejemplos de marcas colombianas y extranjeras exitosas. Estudiantes de pregrado y posgrado de Marketing, Publicidad, Diseño gráfico, Diseño industrial y Administración de Empresas

encontrarán aquí una completa fuente de recursos sobre marcas y publicidad. El libro incluye contenido especial en forma de realidad aumentada que los lectores pueden disfrutar por medio de un dispositivo electrónico.

Plan de marketing: diseño, implementación y control

El marketing es el motor que impulsa el crecimiento mediante el diseño del direccionamiento estratégico que contempla el portafolio y las marcas de la empresa. De manera sencilla y metódica el texto presenta cómo hacer un plan de marketing, suministrando una serie de herramientas de diagnóstico que le permiten al lector ejecutarlo en una empresa real con enfoque en Gerencia de Mercadeo. El autor presenta un modelo de gestión de marketing que ha denominado Modelo CASAR, una guía práctica de diseño estratégico de mercadeo para una organización de cualquier tipo. El libro se distribuye en doce capítulos, incluye tres capítulos nuevos que tienen como objetivo estructurar en el lector un pensamiento estratégico en torno a la dirección del marketing empresarial, entre su contenido está: la estrategia, la táctica en la Gerencia de Marketing, la implementación del Modelo CASAR, la auditoría de marketing y un vademécum estratégico, entre otros. Dirigido a estudiantes de pregrado en Mercadeo, Mercadotecnia, Publicidad, Marketing, Negocios internacionales y Administración de empresas.

También a estudiantes de posgrado y profesionales en Gerencia de Mercadeo, Gerencia Estratégica, Gerencia Comercial y Administración.

Perfil en Mentes a la Carta

https://mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/ricardo-hoyos