

TRIUNFANDO EN LA BATALLA DE LOS MERCADOS CON MODELOS DE NEGOCIO SUPERIORES

HERRAMIENTAS Y ESTÍMULOS PARA ANTICIPAR LOS CAMBIOS Y DOMINAR SUS MERCADOS

La velocidad del cambio ha entrado en su fase exponencial. La aceleración de los mercados se incrementa año a año y su viveza destruye modelos de negocio que en su época fueron exitosos haciendo posible el diseño de nuevas fórmulas de hacer negocios que serán los grandes protagonistas del futuro. Renovación o decadencia. Liderazgo global o conformismo. Estas son las opciones que tienen los líderes empresariales.

El crecimiento global abre una gran oportunidad de crear la siguiente generación de modelos de negocio que dominen los mercados verticales del mundo. Nunca ha importado menos la geografía desde la que operan las empresas y nunca ha tenido tanta importancia el ingenio en la creación de modelos de negocio y la inteligencia en engranar sus productividades estructurales.



PRINCIPALES BENEFICIOS

Gestionar las interrelaciones entre el modelo de negocio y el modelo de personas para crear más sostenibilidad en los resultados económicos, sentido de propósito y pasión por el futuro.

Descubrimiento de modelos de negocio disruptivos, trasgresores y difícilmente copiables.

Hacer un diagnóstico de la fuerza del modelo de negocio con el que se opera en la actualidad y las oportunidades de mejora inmediata más significativas.

Diseño del modelo de negocio futuro más adecuado para la organización. La polarización de los mercados y la determinación de si necesitas uno o más de un modelo de negocio.

Entender las interconexiones entre los elementos más importantes del modelo de negocio y la necesidad de crear proyectos de transformación que permitan mejorar las productividades estructurales de la empresa.

Revisar la salud del ADN de la empresa como elemento de regeneración natural del modelo de negocio.

Crear un sentido de responsabilidad en los líderes empresariales para que fomenten una cultura sana de innovación que permita que la inteligencia colectiva de la organización se ponga al servicio de la anticipación y humanización de las empresas.

¿PARA QUIÉN ES ESTE PROGRAMA?

Presidentes, Consejeros Delegados, Gerentes generales, Vicepresidentes y Directores.

Consejos de administración y Comités Ejecutivo. Gerentes de finanzas, marketing, recursos humanos, comerciales, ventas, nuevos negocios, gestión de clientes, transformación y estrategia e innovación.

Consultores, Profesores de Universidad, Coaches.



CONTENIDO Y AGENDA

SESIÓN 1: EL CAMPO DE BATALLA DE LOS MERCADOS. CLAVES PARA CAPITALIZAR LAS OPORTUNIDADES Y GANAR A LA COMPETENCIA

La batalla entre generalistas y especialistas. La polarización. Consolidación y fragmentación; La regla de tres. La multi-especialidad como respuesta. Los tres terrenos competitivos. El todo y las partes: qué implicaciones tienen los modelos de negocio de Apple, Google, Uber y Amazon. El rediseño de los espacios competitivos y los “agujeros negros”. Diseño de servicios compartidos.

SESIÓN 2: LA ANTICIPACIÓN EMPRESARIAL: MODELOS DE NEGOCIO Y DE PERSONAS MÁS COMPETITIVOS

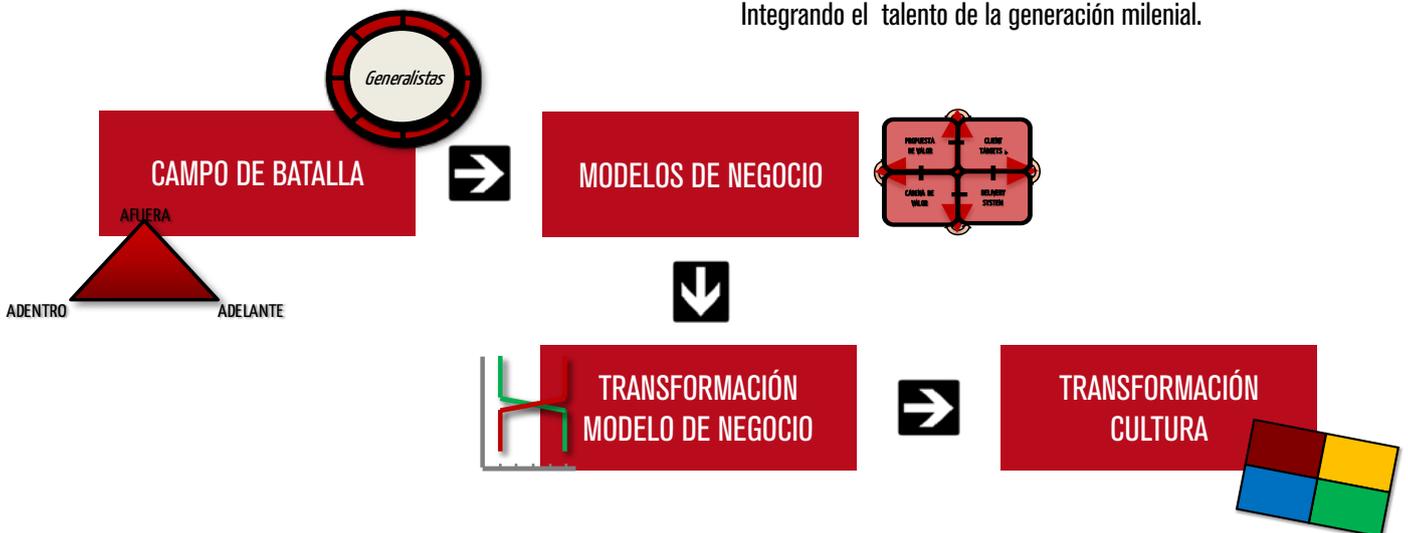
Los cuatro elementos claves del modelo de negocio: una visión renovada. Las cuatro frentes donde se deciden las batallas en los mercados: la fuerza de los conceptos, de la experiencia del cliente, de la cultura de colaboración interna y de las operaciones. Métricas claves. Los códigos de los modelos centrados en productos vs los modelos centrados en el cliente. El dilema de cómo diseñar una estructura organizativa que permita mejorar la posición de costes pero que no ponga en peligro el espíritu emprendedor de los directivos locales. Los procesos de toma de decisiones y el sentimiento propietario.

SESIÓN 3: LA TRANSFORMACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO CON QUE OPERAMOS

La aceleración de los mercados. Tendencias y causas. Complejidad e inseguridad. Geografías vs. Talento y buenas ideas de negocio. La diferenciación sostenible y el peligro de la arrogancia. Implicación de modelos de negocio disruptivos. La salud del ADN empresarial y la regeneración de los modelos de personas y de negocio. El papel de la diversidad. Las claves estructurales de los mercados más rentables. Creando un valor percibido diferencial en los clientes. Generando valor a clientes y empleados y capturando el valor que se crea.

SESIÓN 4: LA TRANSFORMACIÓN DEL MODELO DE CULTURA Y LIDERAZGO

Las culturas de empresa que triunfan. Las claves de la mejora del trabajo en equipo de la alta dirección. La arquitectura de reuniones de un equipo funcional y transformador. La importancia de una filosofía común para impulsar el modelo de negocio futuro. Las condiciones básicas para que una organización tenga claridad y foco. La responsabilidad de comunicar a la organización lo que se espera de ella. La coherencia organizativa. Sistemas de incentivos alineados y que fomenten el éxito del proyecto de futuro. Impulsando el proceso de cambio que necesita nuestro modelo de negocio. Integrando el talento de la generación milenial.



Huete & CO



Carlos Escario

Huete&CO
Santa Engracia, 4, 2ºD 28010 Madrid

T. +34 620 059 601 c.escario@hueteco.com

EMPRENDEDOR · EJECUTIVO GLOBAL · ASESOR Y CONSULTOR DE DIRECCIÓN · SPEAKER · AUTOR · COACH EJECUTIVO

Nuestro Propósito:

- Educar en los negocios
- Inspirar para la acción
- Conectar con la Grandeza



Ex Experiencia

Huete&Co
SOCIO

IESE Business School
PROFESOR ADJUNTO

Universidad Notre Dame
PROFESOR ADJUNTO

Escuela de emprendedores EDEM
PROFESOR ADJUNTO

Universidad CEU-UCH
PROFESOR HONORARIO

Basque Culinary Center
PROFESOR ADJUNTO

UTi Worldwide Inc.
PRESIDENTE GLOBAL, SOLUCIONES INTEGRADAS
PRESIDENTE REGIÓN EMENA
SENIOR VP GLOBAL, ESTRATEGIA
PRESIDENTE REGIÓN EMENA, SOLUCIONES DE CLIENTES
VP REGIÓN EMENA, VENTAS & MARKETING

SLI, S.A.
FUNDADOR & CEO

E Educación

Universidad CEU-UCH
DOCTORANDO EN ESTRATEGIA

Univ. Rey Juan Carlos
MASTER EN MARKETING

IESE Business School
EXECUTIVE MBA

Univ. CEU-San Pablo
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

H Habilidades



S Servicios

Conferencias



Seminario - Taller



Acompañamiento - Asesoramiento



I Intereses

CLIENTES MILENIALES TRANSFORMACIÓN ESTRATEGIA BRANDING MARKETING PROPÓSITO DISRUPCIÓN
 INNOVACIÓN VALOR CONSULTORÍA EJECUCIÓN PERSONAS PROCESOS CULTURA GESTIÓN
 MOTIVACIÓN DESARROLLO PERSONAL EMPRENDEDURISMO PLANIFICACIÓN LIDERAZGO

