



sanar su
empresa



carlos@sanarsuempresa.com



+54 9 11 4140 7026



www.sanarsuempresa.com

CONSULTORÍA

Organización
Operación y gestión
Negocio
Transformación
Posicionamiento
RRHH

COACHING

Acompañamiento a los
líderes en procesos de
cambio
Soporte para la toma de
decisiones
Desarrollo de competencias

TALLERES

Pricing, gestión y finanzas
GROWTH
Desarrollo de competencias
de Cuentas
Design Thinking

ESTUDIOS

Ad Market & Agency Profile
(AdMAP)
Estado de madurez digital

PARTNERSHIP

Sociedades estratégicas
para el desarrollo de
negocios

TALLER

GROWTH PARA EMPRESAS DE COMUNICACIÓN

SINOPSIS

Creemos que, en el contexto actual de la industria, resulta imprescindible agrandar la torta, desarrollando nuevas formas de pensar el negocio y los valores que lo guían.

Ganar un cliente, un proyecto o una campaña genera un resultado de suma cero para el mercado. El cliente que gana una agencia, lo pierde otra. Por lo tanto, mientras que los anunciantes no incrementen la inversión publicitaria, no hay crecimiento, únicamente transferencias.

Además, en un entorno de pérdida de valor de las agencias frente a sus clientes, con una insistente presión sobre los costos y la consiguiente reducción de la rentabilidad, una competencia cada vez más variada, feroz y dispersa y la transferencia de presupuesto de medios tradicionales hacia digital (con evidente pérdida de rentabilidad), para crecer resulta indispensable capturar presupuesto en otras áreas de los clientes, o sumar nuevos anunciantes al mercado.

El taller propone una actividad teórico-práctica en la que se desarrollará el modelo G.R.O.W.T.H., fundamentado en seis fases muy concretas para lograr crecimiento orgánico, capturar nuevos clientes y desarrollar nuevos productos y servicios. Se presentan modelos, metodologías, herramientas y casos de aplicación práctica dentro del marco teórico de los conceptos del libro "[Usted puede sanar su agencia](#)" y del modelo "BE-DO-SAY" de nuestra consultora.

Es un taller para equipos gerenciales, nivel superior de Cuentas y líderes de unidades de negocios, incorporando conceptos y habilidades en un modelo operativo para el crecimiento, desarrollando una cultura y un mindset, es decir aptitudes y actitudes imprescindibles para lograr los objetivos. Al final del taller, los participantes podrán integrar el modelo en el día a día de la agencia, con altos retornos en ciclos de vida de crecimiento más cortos.

TEMARIO

- Mind setting
 - Creatividad e innovación
- Fase 1: **G**OAL
 - Fuentes de crecimiento y objetivos
- Fase 2. **R**EALITY
 - Capabilities y oportunidades
- Fase 3. **O**RGANIZACIÓN
 - Hacer lo básico bien, gestión del cambio
- Fase 4. **W**ISDOM
 - Desarrollo de valor y posicionamiento
- Fase 5. **T**RACTION
 - Crecimiento orgánico, nuevos clientes, nuevos productos y servicios
- Fase 6. **H**ARVESTING
 - Medición, iteración y mejora continua

Cada fase cuenta con un desarrollo teórico, herramientas, metodologías y ejercicios.

GENERALIDADES

Modalidad: presencial: mesas de trabajo grupales, o virtual. Hasta 20 asistentes en cualquier modalidad.

Orientada a: equipos directivos de agencias, nivel superior de Cuentas, líderes de unidades de negocios.

Dedicación: dos jornadas completas onsite u 8 sesiones *online* de 2hs.

Precio: u\$D 5.000.-

Se emite factura desde EEUU y los pagos se realizan mediante giro a una cuenta en ese país. El valor presupuestado es neto, no incluye impuestos, retenciones ni tasas de transferencia las que estarán a cargo del cliente.

GROWTH FASES DEL MODELO

GOAL

(Análisis de objetivos)

- ❖ FUENTES DE CRECIMIENTO
- ❖ OBJETIVOS

REALITY

(Análisis de recursos)

- ❖ CAPABILITIES
- ❖ OPORTUNIDADES

ORGANIZATION

(Plan de ajustes y cambio)

- ❖ HACER LO BÁSICO BIEN
- ❖ GESTIÓN DEL CAMBIO

WISDOM

(Modelos y herramientas)

- ❖ VALOR
- ❖ POSICIONAMIENTO

TRACTION

(Actuar el crecimiento)

- ❖ CRECIMIENTO ORGÁNICO Y NUEVOS CLIENTES
- ❖ NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

HARVESTING

(ROI del crecimiento)

- ❖ MEDICIÓN
- ❖ ITERACIÓN Y MEJORA CONTINUA



sanar su
empresa

GROWTH CONTENIDO DEL TALLER

FASE 0

Mind setting

- Actividad inicial
- Creatividad e innovación
- Salir del confort
- Tipos de Innovación
- El concepto MAYA
- Métodos y herramientas
- Actividad

FASE 1

GOAL

Análisis de las fuentes de crecimiento

Clarificar y definir objetivos

- Matriz de Ansoff
- El ciclo del Brand & Account Planning
- Ishikawa
- Actividad
- Definición de objetivos mensurables: SMART

FASE 2

REALITY

Diagnóstico de capabilities

- 9 dominios de acción
- FODA
- Actividad
- Análisis de clientes actuales

- Servicios y SOW

- Performance en múltiples niveles

Cuentas como líder de negocios

- Actividad

FASE 3

ORGANIZATION

Hacer lo básico, bien

Planificar el cambio

- Priorizar
- Plan de acción

ADKAR

FASE 4

WISDOM

Desarrollo de valor

- Precio vs. valor
- Propuesta de valor
- Branding y posicionamiento
- Visibilización y reputación: automarketing
- Casos de éxito

Agenda de visibilización

Brand Agency Power Map

Growth hacking

- Definición
- Principios
- Proceso
- Mindset y cultura

Plan de acción

- Actividad

FASE 5

TRACTION

Lo cotidiano como fuente de inspiración

- Mapa de empatía
- Crecimiento orgánico
- Client Success Mgmt
- Client Journey Map
- Cross-Selling y Up-Selling
- Fidelización

- Proactividad eficiente

- Framework de crecimiento orgánico

- Colaboración y multidisciplinariedad

- Metodología MOC

- Actividad

Nuevos clientes

- PESTEL
- Identificación de prospectos
- Análisis de la competencia

- Estrategias de adquisición
- Modelo de las 3C's
- Tácticas de prospección: inbound y outbound
- Herramientas
- Embudo de conversión
- Client Journey Map
- Actividad
- Nuevos productos y servicios

- Actividad de introspección
- Las oportunidades desaprovechadas
- Definición de la oportunidad
- Diseño de soluciones
- Design Thinking
- Actividad

FASE 6

HARVESTING

Plan de trabajo

Medición y evaluación

Feedback y mejora continua

Descentralización y responsabilidades

La Agencia como cliente

Medir el ROI

Iterar

Recomenzar el ciclo

- Actividad