

apd

Seminario

ASOCIACIÓN PARA EL PROGRESO DE LA DIRECCIÓN

Cómo ser único para tu cliente objetivo

El plan de diferenciación estratégica y su despliegue

Madrid, 24 y 25 de enero

apd Asociación para el
PROGRESO
de la DIRECCIÓN

ANALIZA !
CONSULTORÍA ESTRATÉGICA

Cómo ser único para tu cliente objetivo

El plan de diferenciación estratégica y su despliegue

Presentación

Ante la necesidad de trazar el rumbo adecuado para nuestras empresas, la planificación estratégica se postula como necesaria, tanto como ejercicio de reflexión, como para poner foco a nuestros esfuerzos. Especialmente en época de crisis, es cuando aquellas empresas particularmente afectadas deben reformular su estrategia con el fin de definir el segmento al que dirigirse, o dicho de otra manera: detectar la necesidad específica que mejor pueden satisfacer.

Sin embargo, el despliegue de la estrategia se constituye como un arma de doble filo, ya que si no se realiza apropiadamente corremos el riesgo de caer en errores y rutinas negativos: excesivas reuniones, procesos inflexibles, y en definitiva, la falta de coherencia y motivación para materializarla.

Por ello, Apd convoca, con la colaboración de Analiza Consultoría Estratégica S.A., el seminario "Cómo ser único para tu cliente objetivo". A lo largo de esta sesión, los directivos responsables de la formulación estratégica en sus compañías, podrán conocer una metodología específica y eficaz para la realización del plan de diferenciación estratégica y su despliegue.

Horario

Martes 24 de enero

- 9,15** Recepción de asistentes
- 9,30** Presentación del seminario
- 9,45** Sesión I
- 11,30** Pausa-café
- 12,00** Sesión II
- 14,15** Almuerzo de trabajo
- 16,00** Sesión III
- 19,00** Fin de la sesión

Miércoles 25 de enero

- 9,15** Sesión práctica
- 11,30** Pausa-café
- 12,00** Sesión práctica (cont.)
- 14,15** Cierre del seminario

Experto



Álvaro Aznar

Licenciado en Ciencias Empresariales, MBA por ICADE y titulado en programas de especialización en Gestión Estratégica en IESE y HARVARD.

Director general de Analiza Consultoría Estratégica S.A., ha dirigido más de 50 planes estratégicos tanto de empresas como de sectores a nivel nacional.

Ha impartido cursos de estrategia y asignaturas de MBA en la International School of Management (Alemania), Escuela Universitaria Real Madrid – Universidad Europea de Madrid, Universidad Pompeu Fabra, Fundesem Business School e INEDE. Es director del Executive MBA de Estema Escuela de Negocios – Universidad Europea de Madrid.

Creador del método Analiza Strategic Planning®, es colaborador habitual de Intereconomía Business en el programa Método y Empresa, para el que analiza los retos de futuro de distintos sectores empresariales.

Objetivos

- ✓ Capacitar a los asistentes para formular e implantar un plan estratégico con el cual canalizar los retos presentes y futuros de la empresa de forma integrada
- ✓ Aprender a actualizar y controlar la evolución del plan estratégico con el máximo nivel de eficiencia
- ✓ Visualizar un modelo de despliegue de la estrategia en 360° de forma flexible y sencilla. El modelo ASP.

Dirigido a

- Director general
- Directores de Estrategia
- Director de Control de Gestión
- Director financiero
- Gerente

La diferenciación como esencia en la gestión directiva:

- La esencia en la gestión empresarial según M. Porter.
 - La secuencia clave de la diferenciación: elegir, producir y comunicar un elemento clave que distinga a tu empresa de la competencia.
 - Metodología para el desarrollo de un plan estratégico de diferenciación con el método Analiza Strategic Planning®.
-

Utilizando modelos estratégicos de forma práctica:

- Principales modelos estratégicos: 5 Fuerzas, Matriz BCG, Cadena de Valor, Pestel, Balanced Scorecard, ciclo de vida, curva de valor, etc.
 - Como integrar todos los modelos en un proceso estratégico.
 - Análisis global de la interrelación de todas herramientas clásicas.
 - Como convencer de forma analítica de la bondad de las decisiones a tomar.
-

Cómo transformar ideas en elecciones estratégicas:

- La pirámide de elecciones estratégicas actuales.
- La pirámide de tendencias sectoriales.
- La pirámide de análisis competitivo.
- La pirámide de reposicionamiento estratégico.

Cómo operativizar en acciones los conceptos estratégicos:

- El brainstorming de ideas estratégicas.
 - La asignación de fechas y responsables.
 - Análisis de disponibilidad de recursos para la estrategia y las operaciones.
-

Claves para la implantación efectiva de la estrategia:

- Cuando acaba la formulación y empieza la implantación.
 - Niveles y medios óptimos de comunicación de la estrategia.
 - Niveles óptimos de participación en el desarrollo de la estrategia.
-

El proceso de control y actualización estratégica en un entorno de alta turbulencia competitiva:

- Sistemas de control efectivo de la ejecución de la estrategia.
 - Cuando hay que actualizar la estrategia.
 - Equilibrio entre actualización y eficiencia de proceso.
-

Aplicación práctica del modelo de diferenciación estratégica:

- Ejemplos de aplicación en empresas de éxito.
- Ejercicio práctico: cada directivo asistente al seminario podrá realizar un supuesto práctico utilizando el caso de su propia empresa.

