

succeed  
scale  
evolve

[carlos@sanarsuempresa.com](mailto:carlos@sanarsuempresa.com)

+54 9 11 4140 7026

[www.gurusse.ar](http://www.gurusse.ar)

**CONSULTORÍA**

Organización  
Operación y gestión  
Negocio  
Transformación  
Posicionamiento  
RRHH

**TALLERES**

Pricing, gestión y finanzas  
GROWTH  
Desarrollo de competencias de Cuentas  
Liderazgo

**DESIGN LABS**

Sesiones ágiles y flexibles para resolución rápida de problemas específicos

**ESTUDIOS**

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

**PARTNERSHIP**

Sociedades estratégicas para el desarrollo de negocios

**COACHING**

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

# 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 GROWTH, 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. Idealmente, hasta 20 asistentes en modalidad virtual, máximo 40 asistentes en presencial.

**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:** consultar cotización

# GROWTH FASES DEL MODELO

## **G**oal

(Análisis de objetivos)

- ❖ FUENTES DE CRECIMIENTO
- ❖ OBJETIVOS

## **R**eality

(Evaluación de recursos)

- ❖ RECURSOS
- ❖ OPORTUNIDADES

## **O**rganization

(Gestión del cambio)

- ❖ HACER LO BÁSICO BIEN
- ❖ CHANGE MANAGEMENT

## **W**isdom

(Modelos y herramientas)

- ❖ VALOR
- ❖ POSICIONAMIENTO

## **T**raction

(Poner el plan en acción)

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

## **H**arvesting

(Evaluar ROI y optimizar)

- ❖ MEDICIÓN Y EVALUACIÓN
- ❖ ITERACIÓN Y MEJORA CONTINUA

# GROWTH CONTENIDO DEL TALLER

## FASE 0

### Mind setting

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

## FASE 1

### GOAL

### Fuentes de growth

### Clarificación y definición de objetivos

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

## FASE 2

### REALITY

### Evaluación de los

### recursos propios

- 9 dominios de acción
- FODA
- Actividad

### Evaluación de los clientes actuales

- Servicios y SOW
- Análisis de performance

### Convertir a los cuentas

### en líderes de negocios

- Actividad

## PHASE 3

### ORGANIZATION

### Hacer lo básico bien

### Gestión del cambio

- Priorización
- Plan de acción

### ADKAR

## PHASE 4

### WISDOM

### Desarrollo del valor

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

### Generar visibilidad

### Brand Agency Power Map

### Growth hacking

- Definición
- Principios
- Proceso
- Mindset y cultura

### Plan de acción

- Actividad

## PHASE 5

### TRACTION

### Lo corriente como fuente de inspiración

- Mapa de empatía
- Crecimiento orgánico
- Gestión de expectativas y definición del éxito
- Client Journey Map
- Cross-Selling & Up-Selling
- Lealtad
- Proactividad eficiente

- Marco de trabajo para el crecimiento orgánico

- Colaboración y multidisciplinaridad

- Metodología MOC
- Actividad

### Nuevos clientes

- PESTEL
- Evaluación de prospectos

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

- Actividad de autoconocimiento
- Oportunidades perdidas
- Definición de oportunidad
- Diseño de soluciones
- Design Thinking
- Actividad

## PHASE 6

### HARVESTING

### Plan de trabajo

### Medición y evaluación

### Retroalimentación y mejora continua

### Descentralización y co-responsabilidad

### La Agencia como cliente

### Medir el ROI

### Proceso de iteración

### Recomenzar el ciclo

- Actividad

