

GESTIÓN DE MARKETING Y COMERCIAL DEL ESTUDIO DE ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIONES

DE "PROYECTO Y DIRECCIÓN" A LA GESTIÓN INTEGRAL EN ARQUITECTURA

6 CLASES | 18HS | PRESENCIAL EN AV. CORDOBA 3942

OBJETIVOS

Este curso brindará diversas herramientas de gestión que permitirán:

- Entender el contexto económico
- Orientar los esfuerzos a actividades productivas
- Planificar e implementar procesos de gestión comercial y marketing adecuados para alcanzar los resultados esperados.

DIRIGIDO A

Profesionales de Arquitectura - Construcción en actividad o por iniciar obras, con necesidad y ganas de incrementar sus conocimientos y mejorar su desempeño profesional, que quieran dejar de "sufrir" las obras, los clientes y el dinero y generar una diferencia significativa en su actividad y accionar profesional.

EL CURSO INCLUYE

ANÁLISIS DE CASO

Durante el curso se analizará un caso de servicio profesional.

MODELOS EN PLANILLAS EXCEL

Serán entregadas a los asistentes.

MÓDULO DE COACHING

Todos los asistentes al curso podrán solicitar una consulta personalizada y sin cargo con el profesor (en día y horario a convenir).

ESPECIALISTA DEL MÓDULO

Arq. Carlos Savransky (UBA)

CONTENIDOS | EJES TEMÁTICOS

1. DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA A LA VIDA PROFESIONAL REAL

- La arquitectura y el trabajo profesional vistos desde la Facultad de Arquitectura.
- Las primeras experiencias post Facultad.
- La brecha entre los proyectos académicos y los proyectos reales
- La arquitectura y construcción vista desde la "gestión Emprendedora".
- ¿Qué significa ser emprendedor?
- La historia de la arquitectura contada por sus clientes.

2. ARQUITECTOS EN ACCIÓN = IDEAS EN GESTIÓN

- La gestión de proyecto profesional,
- ¿Cómo se define la actividad profesional a comercializar?
 - ¡No quiero hacer lo que hago, pero no sé qué otra cosa hacer!
 - Se me ocurren muchas cosas, pero no consigo implementar ninguna
 - Cuando finalmente tengo una idea interesante me cuesta mucho la implementación.
 - Etc.... (?)
- ¿Cuáles son los factores más importantes a la hora de elegir una actividad en este sector?
- ¿Cómo sé que no me voy a equivocar con la elección que haga?
- ¿Qué más pueden hacer los arquitectos además de proyecto y dirección?
- ¿Qué otras actividades hay en este sector?
- ¿Cómo detecto una oportunidad?

3. EL MERCADO DE ARQUITECTURA:

- ¿Qué es el mercado? Cómo son las características del mercado en Arquitectura y construcción en general.
- ¿Cómo entendemos la dinámica de los distintos segmentos?
- ¿Qué oportunidades hay hoy en el mercado y cómo aprovecharlas?
- Como y para qué defino segmentos objetivos de mercado.
- ¿Qué es lo que cada empresa de arquitectura y construcción se propone hacer?
- ¿Se puede definir con anticipación?
- Criterios de selección de segmentos de mercado basados en resultados.

La selección de las alternativas de negocio y/ o trabajo:

Como seleccionamos alternativas basadas en:

- Lo que hemos hecho.
- Lo que nunca hemos hecho pero deseamos hacer.
- Lo que creemos que el mercado "pide".
- Lo que efectivamente podemos y conviene hacer.
- ¿Cuánto trabajo debemos generar?
- La responsabilidad de la elección.

4. MARKETING VERSUS GESTIÓN COMERCIAL

- ¿Qué diferencia el marketing de la Gestión Comercial?
- ¿Cómo definir objetivos comerciales?
- ¿Cuál es el alcance de la gestión comercial?

Elaboración del Plan de Gestión Comercial

Principales variables que intervienen en la Elaboración del Plan de Gestión Comercial.

- Los Objetivos
- El mercado objetivo
- La Competencia
- Los servicios profesionales
- Los precios - Honorarios
- Las personas
- El presupuesto de gestión
- El tiempo y el entorno económico

5. IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN COMERCIAL: ETAPAS

ETAPA I ¿Qué le pedimos al Marketing?

ETAPA II ¿Cómo gestionar potenciales clientes?

ETAPA III ¿Cómo "cerrar" operaciones?

ETAPA IV ¿Cómo gestionar comercialmente durante las obras?

ETAPA V ¿Cómo concluir la gestión?

ETAPA VI ¿Cómo gestionar nuevos negocios?

6. EMPRESAS DE ARQUITECTURA EMPRENDEDORAS

- ¿Cómo nos organizamos nuestra nueva actividad?
- ¿Cómo nos preparamos para la gestión comercial y que tenemos que hacer?
- ¿Cómo evaluamos resultados y ajustamos planes?
- ¿Qué temores y dificultades debemos atravesar?