



# PROPUESTAS DE CRECIMIENTO



# Nuestras PROPUESTAS

## *¿Quieres ser la cebra coja?*

Creo que todos hemos escuchado eso de “lo importante en la sabana no es correr mucho sino correr más que el de al lado”. Pues bien, estamos entrando en lo que los economistas llaman: un cambio de régimen donde las empresas van a vivir un déficit de talento y un incremento de costes. Si vamos hacia una economía con pleno empleo en muchas áreas y con una subida de precios casi obligatoria ¿Cómo podemos dar valor al cliente para que quiera consumir nuestros servicios o nuestros productos? ¿Cómo podemos sujetar los márgenes de rentabilidad? La respuesta es muy clara: siendo más eficientes en nuestra forma de “producir los servicios”, trabajando por la excelencia percibida. Todo esto es posible si, y solo si, tenemos las personas adecuadas, haciendo las tareas adecuadas y confirmando que este servicio prestado es el que el cliente valora.

Nuestros procesos formativos de este momento giran en torno a este cambio de registro. Una nueva economía con mayor inflación real, un nuevo talento que no quiere trabajar si no ve una razón para hacerlo y un cliente que quiere sentirse protagonista de la película. No estamos hablando solo de un antes y un después a nivel datos económicos, también somos conscientes que la calidad en el servicio ha de ser prioritaria, pero recordemos que la reina de la fiesta es la PERCEPCIÓN del cliente y no nuestra enfermiza búsqueda por calidad “hueca”.





Presentamos una apuesta de procesos formativos más participativos, donde podrás elegir el modelo de formación (presencial, on line, en diferido, programas continuos, sesiones aisladas...) Nuestro objetivo es que te sientas suficientemente libre como para pedirnos dónde quieres que tu equipo llegue y nosotros desarrollemos una propuesta a medida para poder ayudarte a lograrlo. Te ayudamos a enmarcar un nuevo modelo de gestión de equipos, de personas más talentosas y con mayor preparación para este nuevo reto.

Ah, y recuerda, si no quieres que tu compañía sea la cebra coja asegúrate de preparar a tus equipos para esta aventura.

Una vez más gracias por confiar en nosotros.  
*M. Ángeles de Santiago*



## Conoce nuestras **VENTAJAS**

Las formaciones que te presentamos tienen un componente dinámico y práctico para que los asistentes puedan afianzar sus conocimientos.

Entre las ventajas al contratar formaciones en MAS se encuentran:

**1** Se pueden realizar presencial o telemáticamente (online)

**2** Las formaciones online cuentan con el respaldo de una plataforma de conocimiento

**3** Podrán afianzar sus conocimientos a través de contenidos post formación

**4** Las formaciones pueden ser subvencionadas con los créditos FUNDAE

**5** Al finalizar, los alumnos recibirán un certificado expedido por la "MAS Academy"

**6** Todas nuestras formaciones han pasado por la certificación ISO 9001





Elije

# ¿En qué te interesa formarte?

## PERSONAS

Fomenta el trabajo en equipo y mejora la gestión interna de personas

MÁS INFO

## ESTRATEGIA

Ser innovadores y destacar respecto a la competencia

MÁS INFO

## FINANZAS Y PROYECTOS

Toma decisiones para conseguir resultados

MÁS INFO

## MARKETING Y COMUNICACIÓN

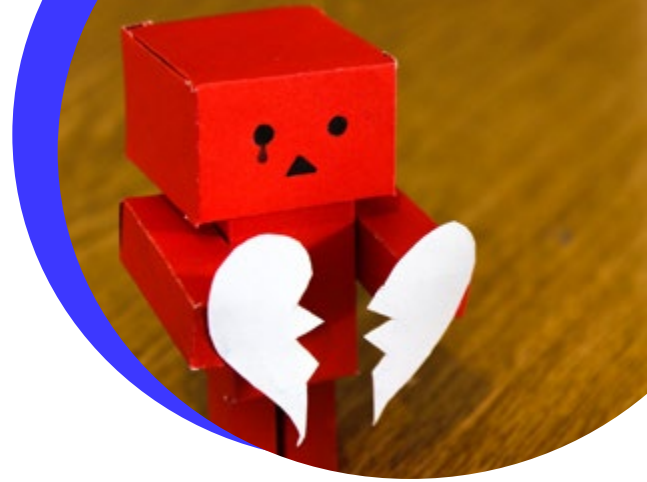
Estrategias y acciones para enamorar a tus clientes actuales y potenciales

MÁS INFO

VER TODOS



# Resiliencia en momentos difíciles



Tensión, fracaso, estrés...muchas son las realidades que estamos viviendo en estos momentos de cambio. Esto hace que las personas y los equipos tengan dificultades para vivir su día a día de una forma productiva y enfocarse en lo que realmente importa. La resiliencia es una característica de la personalidad que nos ayuda a vivir en entornos donde no todo es perfecto. Superar las adversidades es una habilidad clave para poder seguir avanzando. Intentaremos trabajar de forma sencilla esta área de los participantes teniendo en cuenta que no se trata de un trabajo psicológico, ni mucho menos una terapia individualizada.

**Objetivos** Conocer el concepto de resiliencia y su aplicación al día a día dentro de la empresa. Saber si tengo las características de una persona resiliente. Trabajar sobre modelos de resiliencia y cómo lograr que mis equipos sean más resilientes.

## CONTENIDOS

1. Qué es la resiliencia.
2. Características de una persona resiliente.
3. Conocer mis habilidades como ser resiliente.
4. Cómo ayudar a otros a ser resiliente.
5. Existen los equipos resilientes.



### TIEMPO

min 4h  
máximo 8h



### DIRIGIDO A

Directores,  
gerentes y mandos  
intermedios

# La importancia del individuo en el equipo



En situaciones de cambio de paradigma como el que estamos viviendo contar con los equipos alineados es básico. Que cada individuo dentro de la organización sienta que su papel es importante dentro de la misma es crítico. Proponemos una sesión amena y efectista basada en casos reales de equipos que abordan situaciones de extrema dificultad y salen reforzados. Es un trabajo ameno y eficaz adaptado a todos los niveles de la organización con el objetivo de servir de palanca motivadora.

**Objetivos** Lograr un mayor compromiso en el trabajo, mantener y elevar la motivación de los equipos, ayudar a mantener equipos de trabajo efectivos y empoderados. Disminución del nivel de tensión interna.

## CONTENIDOS

1. La importancia de mi desempeño en la organización.
2. La dificultad de abordar los cambios.
3. ¿Por qué soy importante?
4. La importancia de trabajar en equipo en entornos adversos.



### TIEMPO

2h online  
3h presencial



### DIRIGIDO A

Todo el equipo  
de la instalación

# El líder de película



En esta sesión se realiza un trabajo de introspección respecto el tipo de líder que eres y cuál es tu valor cuando la situación de la empresa o del entorno es complicada. ¿Qué valores demanda esta nueva realidad? ¿Eres la persona adecuada para esta situación? ¿Qué tenemos que cambiar? Estas y otras preguntas se abordan en la sesión.

**Objetivos:** Conocer las versiones de uno mismo. Aprender los valores de la tolerancia a la frustración y la consistencia. Entender la innovación como valor en alza.

## CONTENIDOS

1. El valor del “yo” como líder del equipo.
2. La capacidad de esfuerzo.
3. La tolerancia a la frustración como herramienta de diferenciación.
4. El optimismo enfocado hacia la motivación del equipo.
5. La innovación como pilar del crecimiento en época de crisis.



**TIEMPO**

4h



**DIRIGIDO A**

Gerentes o responsables de área



# El mago transformador



Todas las personas que están en la industria del Fitness se convierten en auténticos magos que son capaces de transformar la vida de las personas que acuden a realizar actividad física. Esta sesión es una dinámica en la que los miembros de los equipos se reconocen como magos, y así conseguimos hacer realidad en sus mentes que su trabajo es mucho más importante que la prescripción de la propia actividad física.

**Objetivos:** Interiorizar el valor del puesto de trabajo, trabajar la motivación de la labor bien hecha. Concienciar y trabajar que el cliente es mucho más que un número. Que los asistentes vean el por qué son auténticos magos transformadores.

## CONTENIDOS

1. El primer truco del mago: No al miedo.
2. El segundo truco del mago: Un poquito de cariño.
3. El tercer truco del mago: Confía en ti mismo.
4. El cuarto truco del mago: Ser agradecido.
5. El quinto truco del mago: Fuerza de voluntad.
6. La conciencia líquida.



### TIEMPO

mín 4h  
máx. 6h



### DIRIGIDO A

Personal de recepción y comercial, instructores y coordinadores

# Taller de Design Thinking para resolver problemas



Este curso tiene como objetivo potenciar la innovación de los asistentes a través de herramientas conceptuales y prácticas para desarrollar con éxito procesos que les ayude a entender los problemas y las verdaderas motivaciones de los usuarios. Se darán herramientas y metodologías para desarrollar la empatía con los clientes y detectar necesidades no satisfechas, desarrollando la creatividad y aplicándola a la solución de problemas reales de negocio.

**Objetivos** Crear un entorno innovador que, a través de la metodología Design Thinking, detecte los problemas y motivaciones de los usuarios y pueda proponer soluciones a través de retos creativos.

## CONTENIDOS

1. Introducción al Design Thinking.
2. Empatía: La fase de descubrimiento del cliente.
3. Visual Thinking.
4. Mapa mental: El customer journey de una instalación.
5. El proceso de innovación.
6. Creatividad y desarrollo de nuevos productos.
7. Storytelling para vender el producto.



### TIEMPO

min. 6h  
máx. 8h



### DIRIGIDO A

directores,  
gerentes y mandos  
intermedios

# Implementación de proyectos de forma efectiva



En estos momentos de crisis es más necesario que nunca la puesta en marcha de nuevas iniciativas que nos permitan mejorar la operativa, el control... en general, que nos permitan mejorar nuestros resultados. Y esto solo es posible con la participación de aquellos que mejor conocen todas las áreas de la empresa, nuestros equipos. Por eso en este taller utilizamos métodos, herramientas que facilitan la puesta en marcha de proyectos en equipo, practicamos con casos reales de la empresa y del sector, buscando no solo tener ideas geniales sino también una metodología que nos ayude a hacerlas realidad.

**Objetivos** Tener las herramientas necesarias para poner en marcha los nuevos proyectos que nos guíen a la nueva empresa que queremos ser. Mejorar el sistema de gestión del cambio de nuestra organización. Marcar los objetivos adecuados, medir y analizar los resultados obtenidos para poder reorientar la acción.

## CONTENIDOS

1. Proyecto: definición y diferenciación.
2. Metodologías más comunes y otras más innovadoras
3. Trabajo en el aula sobre estos métodos (con ej. del día a día de los asistentes en el aula y del sector).
4. Introducción de las variables numéricas para la mejora económica de los trabajos realizados.



### TIEMPO

min. 6h  
máx. 8h



### DIRIGIDO A

directores,  
gerentes y mandos  
intermedios

# Finanzas básicas para empresas



Los responsables de muchas áreas son conocedores de su material, pero les resulta extremadamente complejo entender el mundo de las finanzas de la empresa. En esta sesión se pretende resumir de forma sencilla los principios básicos de la información financiera que toda empresa necesita para salir de la situación actual. De tal manera que en vez de actuar por impresiones tengamos información para la toma de decisiones. Esta sesión es totalmente aplicable a la industria y se incorpora inmediatamente en el día a día.

**Objetivos** Conocer y entender la información y los conceptos financieros básicos. Entender las implicaciones del día a día en la información financiera (prevista y real). Diferenciar entre la cuenta de resultados, la caja y el balance. Comprender el Análisis de desviaciones y sus consecuencias.

## CONTENIDOS

1. Conceptos y documentos básicos de la información financiera.
2. Análisis de los documentos básicos, de las principales ratios y de los indicadores fundamentales.
3. Diferenciación entre el largo y el corto plazo, entre el capex y el opex, entre el cash y el resultado.



**TIEMPO**

min 8h



**DIRIGIDO A**

directores,  
gerentes y mandos  
intermedios

# Finanzas para no financieros



Cuando los equipos no saben hacia dónde tienen que ir es muy difícil que puedan esforzarse por avanzar en una determinada dirección. Cuando, además de saber el norte, conocen cómo ha sido creado la cosa es mucho más motivadora. Proponemos un taller que permita entender a cualquier miembro de la organización cómo se elabora la planificación (más allá del mero Presupuesto anual), cómo se calcula la rentabilidad de las diferentes áreas del negocio, cómo poder influir sobre ella para poder mejorarla y cómo se puede controlar, seguir, supervisar, la ejecución de lo planeado.

**Objetivos** Entender conceptos básicos de la Planificación. Saber cuánto soy capaz de aportar, cómo podemos controlar las ratios de rentabilidad. Trabajar en equipo para buscar la planificación de la actividad y el control de la rentabilidad.

## CONTENIDOS

1. Pasos para la elaboración de la planificación de cualquier actividad.
2. Principales conceptos de la planificación y de su medición.
3. La relevancia y la necesidad del control.



### TIEMPO

taller de 8h



### DIRIGIDO A

directores,  
gerentes y mandos  
intermedios

# Experiencia de cliente

La experiencia de cliente alcanza a todas las interacciones de nuestra compañía, desde la parte online, la compra, el uso, el servicio al cliente y hasta la baja, sin importar el canal por el que ocurran. Su alcance es integrador, uniendo al negocio entorno a la visión del cliente. En esta formación se trabajarán los puntos para mejorar la experiencia de nuestros clientes en una era marcada por la transparencia y la seguridad de los usuarios.

**Objetivos** Conocer las ventajas que tiene trabajar la experiencia de cliente. Trabajar acciones para mejorar la experiencia de cliente. Trabajar sobre cada uno de los puntos de interacción con el cliente para mejorar la experiencia percibida en la instalación.

## CONTENIDOS

1. La experiencia de cliente en un centro deportivo.
2. Gestión del cliente en la era del experience economy.
3. Customer Journey: Los momentos de la verdad.
4. Trabajo de la identidad corporativa.
5. Implicación del equipo para mejorar la EC.
6. Análisis de las interacciones con el cliente.
7. Ideas finales para mejorar la experiencia de cliente.



**TIEMPO**

8h



**DIRIGIDO A**

directores,  
gerentes y mandos  
intermedios

# Marketing Digital



El Marketing Digital es una tendencia a la hora de comunicarnos con nuestros usuarios. Y esto no debería conocerlo solamente el responsable de Marketing, todos los que forman parte de la instalación deberían saber lo que está en auge para poder proponer ideas que ayuden a crear una estrategia coherente, humana y eficaz.

**Objetivos** Conocer las tendencias en Marketing Digital. Crear contenidos que lleguen a la mente de nuestros clientes actuales y potenciales. Colaboración desde mi área para mejorar la estrategia Digital.

## CONTENIDOS

1. El nuevo marketing digital y las tendencias actuales.
2. ¿Quiénes son nuestros clientes y qué esperan ver?
3. Comunicación diaria con los clientes y soporte para generar comunidad con nuestros usuarios.
4. Creación y elección de contenidos para aportar en la estrategia.
5. Principios de Inbound Marketing.



**TIEMPO**

6h



**DIRIGIDO A**

Responsables de Marketing, mandos intermedios y todo el personal para generar contenidos

# Ventas que llegan al corazón



Los consumidores varían sus hábitos de compra según sus intereses y necesidades continuamente. Por este motivo es crucial tener definido un protocolo de ventas donde los comerciales tengan herramientas para conectar emocionalmente con los clientes potenciales y cerrar la venta.

**Objetivos** Conocer las tendencias en Marketing Digital actuales en los tiempos de #CoronaMarketing. Crear contenidos que lleguen a la mente de nuestros clientes actuales y potenciales. Rentabilizar nuestra estrategia de Marketing Digital.

## CONTENIDOS

1. Conocimiento del consumidor actual.
2. El protocolo de ventas: técnica de ventas.
3. El pretour como clave del éxito.
4. Las herramientas emocionales en la técnica de ventas.
5. La presentación de precios.
6. Las objeciones y su tratamiento.



**TIEMPO**

6h



**DIRIGIDO A**

Mandos intermedios y personal operativo



# Gestión de la marca personal en las redes sociales



Seamos conscientes de ello o no, todo nuestro equipo está generando, por si mismo marca personal. Tanto en la instalación como en su vida personal, fuera de la instalación y en las redes sociales. Estas últimas han servido para estar en contacto con otras personas, pero también pueden ser una amenaza si no se utilizan adecuadamente e incluso pueden afectar a su entorno laboral.

**Objetivos** Concienciar de la importancia de trabajar adecuadamente las redes personales para bien de la marca y trabajar acciones de colaboración entre la marca personal y la empresa para mejorar el engagement de los usuarios.

## CONTENIDOS

1. Responsabilidad en la creación de contenido.
2. Personal Branding.
3. Cómo alinear nuestro contenido con la estrategia de la empresa.
4. Crisis de comunicación (ejemplos).
5. Tips para comunicar de forma asertiva.



**TIEMPO**

4h



**DIRIGIDO A**

Todo el personal de la instalación

# Convierte las referencias en clientes

El boca a boca siempre ha sido una fuente de nuevos clientes en los centros deportivos. Por tanto, tener planificado un proceso para lograr y tratar referencias es sumamente importante con el objetivo de convertir referencias en clientes. La sesión permite identificar las referencias para posteriormente convertirlas en clientes.

**Objetivos** Conocer la importancia de las referencias para un centro deportivo. Identificar y detectar posibles fuentes de referencias. Adoptar una metodología para el trato de referencias. Aumentar las ventas del centro deportivo mediante las referencias.

## CONTENIDOS

1. Las referencias como fuente de clientes.
2. Método para lograr referencias.
3. Método para el trato de las referencias logradas.
4. El cierre de ventas en las referencias.
5. Prácticas reales.



**TIEMPO**

6h



**DIRIGIDO A**

Personal operativo



# Comunicación efectiva con los clientes



La comunicación efectiva es un tipo de comunicación en la que conseguimos transmitir el mensaje de una forma entendible y muy clara para el receptor sin provocar dudas, confusiones o posibles interpretaciones equivocadas. En esta formación no sólo trabajaremos esta parte sino que haremos que la forma en que nos comuniquemos genere una buena experiencia en los clientes.

**Objetivos** Mejorar la comunicación con las personas. Conocer la importancia de los elementos que entran en juego para una comunicación efectiva. Desarrollo de la empatía a través de una comunicación eficaz.

## CONTENIDOS

1. La estructura de los mensajes.
2. Importancia del lenguaje corporal (comunicación no verbal).
3. Problemas más comunes de comunicación.
4. Escucha activa.
5. Resolución de problemas de manera efectiva.
6. Desarrollo de la empatía.



**TIEMPO**

4h



**DIRIGIDO A**

Todo el personal de la instalación

# Team building



Hay momentos en todos los equipos que es preferible aprender jugando. Por ello, desarrollamos para cada grupo de trabajo sesiones que se adecúan los objetivos que persigues en tus equipos:

**Objetivos** Empoderamiento. Cohesión de equipo. Resolución de problemas. Resolución de conflictos. Mejorar la creatividad. Manejo en entornos no conocidos. Conocimiento de las personas en entornos externos al laboral. Mejorar el sentimiento de pertenencia a la organización. Mejorar la comunicación. Aumentar la motivación.

## CÓMO

Mediante actividades como juegos de equipo, gymkhanas, rutas de senderismo, actividades de orientación, etc. en entornos naturales, parques o en la propia instalación.

En este caso,  
la letra con la sonrisa entra



### TIEMPO

4h - 8h



### DIRIGIDO A

Todo el personal  
de la instalación



[masenweb.com](http://masenweb.com)

[info@masenweb.com](mailto:info@masenweb.com)

 [mas\\_consultoria](https://www.instagram.com/mas_consultoria)

 [@\\_MASports](https://twitter.com/_MASports)

 [MAS \(Management around Sports\)](#)