



mas<sup>+</sup>  
MANAGEMENT AROUND SPORTS

# PROPUESTAS DE CRECIMIENTO 2021/2022





# Nuestras **PROPUESTAS**

Los líderes son muy importantes, determinantes, diría yo, pero sin duda alguna no son el todo y mucho menos cuando la cosa se complica. Tener el equipo alineado forma parte de la función de todo líder. Y en estos tiempos alineado quiere decir:

**INSPIRADO, MOTIVADO y FORMADO.**

Necesitamos, ahora más que nunca, a nuestros equipos cercanos a nosotros para que sean capaces de aportarnos lo mejor de ellos mismos. Pero además también para tener la seguridad en sí mismos que les permita pensar en alternativas al trabajo que hacen de forma rutinaria. La formación es mucho más que un curso al que acudimos como premio (o castigo) en función del desempeño. Mejorar nuestras habilidades, nuestros conocimientos es un principio básico para competir en un entorno tan volátil. Hablamos de conocer herramientas básicas, pero también trabajar con procesos que nos permitan conocernos a nosotros mismos y también a nuestros equipos.

Entramos en una época donde el Learning by doing es primordial, e incluso el Learning by thinking. Es decir, creemos firmemente que nuestros programas permiten a los asistentes aprender a hacer, pero, sobre todo, les mostramos el camino para pensar y reflexionar sobre la necesidad del cambio.

Disfrutamos compartiendo, disfrutamos aprendiendo y haciendo aprender.

**¿Nos acompañas?**



## 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

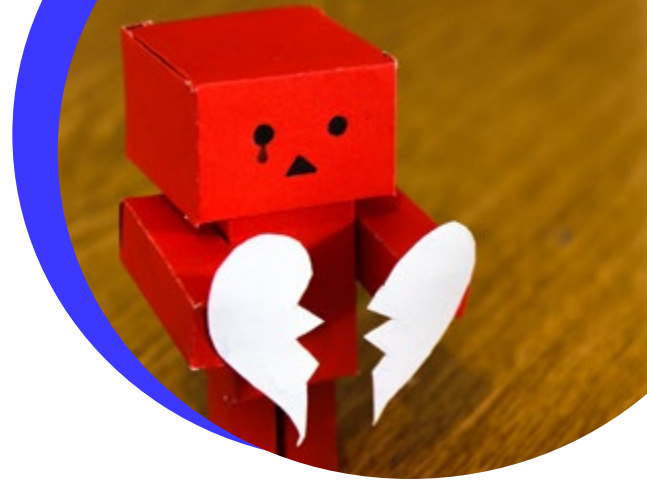
Estrategias y acciones para enamorar a tus clientes actuales y potenciales

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

# Diseña tu propuesta de valor y sé diferente



El trabajo que se desarrolla en este taller será clave para que el equipo con el que se trabaje ayude a plantear la visión diferenciadora respecto de la competencia. La técnica de trabajo es totalmente inclusiva y permite a los miembros de los equipos ser dueños de su futuro y crear una propuesta que les ayude a mantenerse en momentos de incertidumbre.

**Objetivos** Crear una propuesta de valor que les ayude a diferenciarse de la competencia. Destacar lo que mejor hace la empresa y ofrecer confianza al público para el que se trabaja.

## CONTENIDOS

1. Qué es una propuesta de valor dentro de un canvas.
2. Hasta dónde conozco al cliente.
3. Valoraciones de características de productos.
4. Funcionamiento del encaje.
5. Trabajo de conclusión o mensaje de realidad.



### TIEMPO

taller de 6h



### 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 en situación de UCI



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

# Planificación y control del margen operativo



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

# Gestión de la experiencia de cliente en la era COVID



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 en época de crisis



El #CoronaMarketing ha llegado para quedarse durante una temporada en nuestras instalaciones y las acciones de marketing servirán como escudo para hacer frente a la crisis a la que nos enfrentaremos. Un buen plan de marketing, hecho con inteligencia, permitirá tener un mejor alcance y llegar al corazón de nuestros usuarios, así como llamar la atención de clientes potenciales. Con esta formación se optimizará el trabajo online.

**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. Cómo destacar en lo digital.  
Creación de una estrategia de redes sociales.
2. Comunicación diaria con los clientes y soporte para generar comunidad con nuestros usuarios.
3. Campañas de pago en las redes sociales.
4. 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



[www.masenweb.com](http://www.masenweb.com)  
[info@masenweb.com](mailto:info@masenweb.com)

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

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

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