



# LUXURY MANAGEMENT

Coordinador Académico:

**Francisco Sánchez Villarroya**

Informes:  
Angélica Ibarra  
Tel.: (55) 56 28 88 00 ext. 155  
extension.uams@anahuac.mx  
anahuac.mx/mexico

**Duración:** 80 horas

**Horario:** Sábados de 8:00 a 15:00 hrs

**Inversión:** \$40,000 más IVA

**Sede:** Universidad Anáhuac México, Campus Norte

## MÓDULO 1. Gestión de Empresas que ofrecen Productos y Servicios de Lujo

Duración: **10 horas**

- 1.1 El concepto del lujo
- 1.2 Empresas líderes
- 1.3 Panorama económico mundial
- 1.4 La globalización de las marcas de lujo: mercados en LATAM
- 1.5 Los sectores:
  - 1.5.1 Moda
  - 1.5.2 Complementos
  - 1.5.3 Joyería
  - 1.5.4 Relojería
  - 1.5.5 Restauración
  - 1.5.6 Automóviles
  - 1.5.7 Residencial
  - 1.5.8 Perfumería
  - 1.5.9 Cosmética
  - 1.5.10 Vinos y licores
  - 1.5.11 Tecnología
  - 1.5.12 Turismo
  - 1.5.13 Restaurantes
  - 1.5.14 Servicios
- 1.6 Mercado y perfil del consumidor
- 1.7 El valor de la marca: qué es el branding de lujo
- 1.8 Implementación y seguimiento de las estrategias de marketing de las marcas de lujo
- 1.9 Funciones del manager en las marcas de lujo

# LUXURY MANAGEMENT

- 1.10 El manager como Brand Ambassador de la marca dentro y fuera de la boutique
- 1.11 El manager como relaciones públicas de la marca
- 1.12 Asistencia a eventos y representatividad de marca
- 1.13 Marcas de lujo con responsabilidad social
  - 1.13.1 Prácticas laborales justas
  - 1.13.2 Desarrollo de la comunidad
  - 1.13.3 Prácticas justas de operación
  - 1.13.4 Asuntos de consumidores
  - 1.13.5 Medio ambiente
  - 1.13.6 Derechos humanos
- 1.14 Lujo sustentable

## MÓDULO 2. Comunicación Eficaz

Duración: **12 horas**

- 2.1 Entendiendo el proceso de comunicación
- 2.2 La percepción es individual, tenlo en cuenta
- 2.3 Comunicación NO Verbal: identificar e influir a los otros
- 2.4 Sintonía y Rapport para conectar con el cliente del lujo y tus colaboradores conseguir lo que queremos
- 2.5 Escucha activa para entender de verdad a tus clientes y a tus colaboradores
- 2.6 Los estilos de comunicación basados en las relaciones Interpersonales. Atajos efectivos en la comunicación
- 2.7 Asertividad
- 2.8 La Empatía como herramienta de entendimiento profundo
- 2.9 Persuasión e influencia para managers
- 2.10 Comunicación efectiva del manager con los departamentos de su empresa
- 2.11 Comunicación a través de los medios digitales: correo electrónico, whatsapp, teléfono
- 2.12 Dirección de la atención telefónica
- 2.13 Networking a través de redes sociales
- 2.14 El manager 2.0
- 2.15 Marca personal y profesional
- 2.16 Responsabilidad social corporativa
- 2.17 El Manejo consciente de las emociones en el ámbito laboral
- 2.18 Gestión de las críticas: cómo darlas y cómo recibirlas
- 2.19 El feed-back
- 2.20 La actitud positiva y la importancia del entusiasmo en la dirección de personas

## MÓDULO 3. Formación y Dirección de equipos de Alto Rendimiento

Duración: **12 horas**

- 3.1. Bases del trabajo colaborativo
- 3.2. La dirección eficaz de tu equipo comercial
- 3.3. Cómo se construyen equipos funcionales de alto desempeño en el lujo
- 3.4. Objetivos inteligentes y sinergias
- 3.5. Fijación de metas y planes de acción
- 3.6. Las medidas y las leyes de la conducta
- 3.7. Como lograr el empoderamiento comercial o funcional efectivo
- 3.8. Taller análisis de tu equipo por grados de madurez: bases de trabajo
- 3.9. Evaluación del rendimiento

## MÓDULO 4. Liderazgo y Motivación

Duración: **10 horas**

- 4.1. Factores de éxito en las empresas
- 4.2. Casos de éxito de empresas "grandiosas": conclusiones
- 4.3. Concepto de liderazgo
- 4.4. Ética en el liderazgo
- 4.5. Los siete principios del liderazgo número 5
- 4.6. Las características del Líder nº5. La paradoja de Stockdale
- 4.7. Aprendizaje y crecimiento
- 4.8. El principio del erizo y los tres círculos
- 4.9. Cultura de la disciplina

# LUXURY MANAGEMENT

- 4.10. Gerentes vs Líderes
- 4.11. El liderazgo situacional, cuestiones prácticas en la dirección eficiente de equipos de trabajo
- 4.12. Estilos de liderazgo, manual de uso. Las leyes irrefutables del liderazgo
- 4.13. Monitorización del clima de equipo
- 4.14. Las bases de la motivación
- 4.15. Sistemas de Incentivación

## MÓDULO 5. Toma de decisiones y análisis de problemas

Duración: **10 horas**

- 5.1. El liderazgo cotidiano
- 5.2. La toma de decisiones
- 5.3. La subjetividad y las decisiones irracionales
- 5.4. Los heurísticos
- 5.5. Las trampas de la decisión
- 5.6. Las dinámicas de grupo
- 5.7. La inteligencia colectiva
- 5.8. La creatividad en la solución de problemas
- 5.9. Objetivos y metas

## MÓDULO 6. Negociación y Solución de Conflictos

Duración: **12 horas**

- 6.1. Negociación no es regateo: juego y ritual
- 6.2. Buen negociador
- 6.3. Comportamiento y comunicación en la negociación cara a cara
- 6.4. Fases de la negociación
- 6.5. Tipos de negociación, manual de uso
- 6.6. Tácticas específicas para cada tipo de negociación
- 6.7. Liderando la negociación
- 6.8. El método Harvard y su aplicación práctica
- 6.9. Factores críticos de éxito para negociar
- 6.10. Resolución de conflictos
- 6.11. Manejo y gestión del producto no disponible

## MÓDULO 7. Eficacia Personal y en la Gestión

Duración: **14 horas**

- 7.1. Organización efectiva
- 7.2. Gestión del tiempo
- 7.3. Análisis FODA de mi mercado
- 7.4. Mi plan de acción de local marketing
- 7.5. Garantizando la atmósfera dentro y fuera del establecimiento
- 7.6. Dirección de la imagen de marca del lujo y del visual merchandising
- 7.7. El seguimiento eficaz de la logística del negocio
- 7.8. La gestión del stock: el sell-through

## MÓDULO 8. Orientación al resultado: Gestión de los KPI

Duración: **10 horas**

- 8.1. Seguimiento del Business Monitoring: KPI's, objetivos, instructivo diario
- 8.2. Sistemas de evaluación de la calidad en el servicio: acciones para un Mystery shopper exitoso
- 8.3. Dirección de la venta cruzada y complementaria en el lujo
- 8.4. La excelencia en el servicio al cliente
- 8.5. La fidelización del cliente del lujo: planificación de acciones
- 8.6. CRM: seguimiento de la gestión de la relación con los clientes
- 8.7. Control de las tareas administrativas
- 8.8. Reporte administrativo al departamento financiero: control de presupuestos y objetivos
- 8.9. Realización de reportes operativos en tiempo y forma

## Amparo de la Concepción

Es graduada en Gemología y Diamantes por la Universidad de Barcelona, Diplomada por la Universidad de Deusto en MANAGEMENT PYMES, Degree, Advanced Jewellery Sales por el Gemological Institute of America. Actualmente trabaja como área manager LATAM at Loewe, siendo responsable de la planificación, coordinación y desarrollo de las actividades e iniciativas de gestión de Retail, Wholesale y Franchisee con el objetivo de mejorar la rentabilidad de las ventas de tiendas de Latam y el servicio al cliente. Responsable de todos los nuevos clientes actuales de la cartera de Loewe -incluyendo la estrategia internacional de desarrollo-. Ofreciendo un servicio óptimo a través de los puntos de venta. Anteriormente ha trabajado como Area Manager Mexico at Loewe, y previamente como Retail Area Hong Kong at Loewe desarrollando el programa Retail Excellence de APAC (Asia Pacífico). Previamente trabajó como Store manager at Loewe, Store Manager at Montblanc y como Senior Sales Executive at Christian Dior Couture y como empresaria.

## Francisco Sánchez

Capacitador y conferenciante experto en habilidades de Comunicación, Comerciales y Directivas. Habiendo capacitado en los últimos años a más de 10.000 profesionales así como a más de 2.000 Directivos, Gerentes y Comerciales de diferentes empresas en 6 países. Ponente en los Congresos Centroamericanos de Fuerza de Ventas y Marketing Farmacéutico 2016 y 2017. Doctor en Farmacia. MBA por la Universidad Politécnica Valencia (España). Maestría en Dirección Marketing CEU San Pablo (España). Ha sido profesor en la Universidad Anáhuac Sur (Relaciones Públicas) y en Maestrías en España y México (Cámara de Comercio Exterior de Madrid, Master Biotecnología ESAME). Empresario: Director Instituto Europeo del Lujo, BTS Consulting España y BTS LATAM México. Director Comercial y Director de Ventas en diversas multinacionales por más de 20 años. Miembro de Comités de Dirección por 10 años.

## Mónica Rodríguez

Actualmente trabaja como Country Manager at Uterqüe (Grupo Inditex). Anteriormente trabajó como Brand MANAGER at MAC Cosmetics con responsabilidad en Panamá y Colombia. Tiene una importante experiencia internacional y ha trabajado como Sales Asistant y Store Manager para marcas de lujo y moda internacionales.

## Edgar E. Embriz Ruiz

Director Comercial en Swatch Group Mexico, Dieciséis años de experiencia en marcas de lujo, cosmética y relojes dentro de áreas comerciales y marketing. Swatch Group México: Tres años como director de marca MIDO y responsable comercial para las 10 marcas del grupo. L'Oreal México. Seis años en la División de Lujo responsable comercial y marketing de las marcas Lancome, Ralph Lauren, Giorgio Armani, YSL, Biotherm, Diesel y Cacharel. Seis años en la División Profesional responsable marketing y comercial las marcas Kérastase y Redken. MBA ITAM, Diplomado Lujo IE, Licenciatura Administración y Mercadotecnia U. Panamericana, Warthon Negociación.

## Héctor Duarte

Retail Merchandising Manager Mexico, Central America and Caribbean PRADA

Realización de compra para el canal retail, estrategia de posicionamiento, product training, fashion coordinador en desfiles de la marca en México. Experiencia en canal wholesale, realización de OTB, estrategia, relaciones comerciales con clientes clave como Palacio de Hierro, Saks Fifth Avenue, y otras marcas.

Conocimiento en marcas de lujo, estudio de competidores "Benchmark"

Estrategia de programas para mejora del ST.

Licenciado en Diseño industrial y desarrollo de nuevos productos U. Guadalajara

## D. Astrid Arnaldo Orozco

DIRECTOR DE MARKETING LATAM en Freixenet de México

Directora de Marketing especializado en marcas de lujo con más de 10 años de experiencia.

Pasión, creatividad, disciplina y excelencia han definido su trayectoria profesional y personal. Apasionada del trabajo en equipo y la innovación. Ha impulsado marcas globales a excelentes resultados y ha estado a cargo de grandes desafíos como el lanzamiento de una marca de alta gama o una cartera de marcas de lujo para una importante compañía internacional.

## Stephane Fernández

Country President Chanel Mexico & General Manager Parfumerie Versailles at CHANEL Country President Chanel 3 divisions (Fashion, Beauty & Watches), President of Parfumerie Versailles: Main distributor in the luxury market in Mexico. Brand distributed: Puig Group (Carolina Herrera, Paco Rabanne, Nina Ricci, Prada, Valentino, etc.), BPI (JP Gaultier, Issey Miyake, Elie Saab), Cartier, Bvlgari, P&D (Tous, Jesus del Pozo). Experienced President with a demonstrated history of working in the luxury goods and jewelry industry. Skilled in Negotiation, Luxury Goods, Sales, Retail, and Jewelry. Strong business development professional with a DESS focused in Juriste International from Université de droit Toulouse 1 and a MA in English law (Wolverhampton University).

### Informes:

Angélica Ibarra

Tel.: (55) 56 28 88 00 ext. 155

extension.uams@anahuac.mx

anahuac.mx/mexico

