

CURSO CORTO EDEX

Estrategias de Ventas B2B & B2C



ELIGE DECIDE EMPIEZA



Inicio:

Miércoles 12
de Noviembre



Frecuencia:

Semanal



Horario:

19:00 - 22:30



Modalidad:

Clases en tiempo
real

¿Qué es un EdEx?

Son cursos diseñados para, en corto tiempo, fortalecer tus conocimientos en aspectos vitales de toda gestión empresarial.

Ventajas



20 horas de aprendizaje intensivo en frecuencia semanal, con clases dictadas una o 2 veces por semana.



Diversidad temática con cinco áreas de especialización e inicios durante todo el transcurso del año.



Seguimiento de clases y envío de material académico a través de la plataforma de aprendizaje Canvas.



Asistencia personalizada y acompañamiento académico constante a lo largo de todo el programa.



Las clases son impartidas en tiempo real en la plataforma ZOOM, lo cual te permitirá intervenir y absolver dudas.



Opción de Certificación Progresiva para convalidar hasta una Diplomatura de Estudios, de acuerdo a tu avance académico.



Descripción del Programa

Las áreas de ventas tanto de empresas B2C (Business-To-Consumer) como B2B (Business-To-Business) experimentan cada vez mayor complejidad. Al interactuar tanto con consumidores finales como con empresas, las estrategias que debe implementar la Gerencia Comercial deben estar orientadas al logro de los objetivos económicos, pero de manera distinta. En el caso de los mercados de consumo o B2C, se requiere un profundo entendimiento de los componentes clásicos del mix de marketing con mucho enfoque en los canales de distribución. En el caso de los mercados industriales o B2B, el enfoque está en la relación de mediano y largo plazo con los clientes, gestionando cada una de las complejas etapas de su proceso comercial.

El curso proporciona las herramientas para manejar las variables del proceso de ventas, de una manera eficaz y eficiente, aplicando las técnicas más modernas tanto para el cliente empresarial (B2B) como al consumidor final (B2C).



Objetivo

Comprender el rol estratégico que desempeña la Gerencia de Ventas como área funcional en una organización moderna.



Dirigido a

Profesionales de empresas de todos los ámbitos y sectores de la economía que deseen diseñar, implementar y dirigir un área de ventas B2C o B2B.

Ruta de Aprendizaje

SESIÓN 1 y 2

Miércoles 12
de Noviembre

Ventas B2B, B2C: Conceptos Claves

- Marketing y Ventas en un entorno B2B y B2C.
- Modelos de Negocios en entornos B2B, B2C.
- Análisis de oportunidades comerciales: atractividad, viabilidad, factibilidad y adaptabilidad al entorno.
- Definición de estrategias de éxito en entornos B2B, B2C.
- Perfil del Equipo Comercial B2B. Perfil del Equipo Comercial B2C.

SESIÓN 3 y 4

Miércoles 19
de Noviembre

Estratégicas Competitivas.

Propósito Estratégico.

Donde competir: “Elegiendo la cancha”.

- Core del negocio.
- Segmentos del mercado.
- Productos o servicios.
- Canales de distribución.
- Alcance geográfico.

Cómo competir: “Elegiendo la Alineación”.

- Factores claves del éxito.
- Ventajas competitivas.

Cómo ejecutar: “Estrategias – procesos - personas”.

SESIÓN 5 y 6

Miércoles 26
de Noviembre

Organización Comercial.

- Segmentación Estratégica de clientes.
- Diseño de la estructura comercial.
- Dimensionamiento del equipo comercial.

SESIÓN 7 y 8

Miércoles 03
de Diciembre

KAM: Administrando en forma estratégica el Portafolio de Equipos Comerciales.

- KAM: Rol perfil y competencias claves.
- Administración del Portafolio de Cuentas Claves.
- Captación y Fidelización de Cuentas Claves.
- Implementación del KAM.

SESIÓN 9 y 10

Miércoles 10 de
Diciembre

Gestión del proceso de ventas -B2C.

- Cadena de valor y canal de distribución.
- Buyer person y Mapa de la Empatía.
- Account Based Marketing y Omnicanalidad.
- Kanvas y Plan Estratégico Omnicanal.

Técnicas de Negociación y Cierre en Ventas.

- Proceso y estilos de negociación en ventas.
- Diseño del plan de negociación en ventas.
- Desarrollo de la negociación: argumentación, persuasión y cierre.

SESIÓN 11 y 12

Miércoles 17 de
Diciembre

La Argumentación como estrategia y técnica de venta. El desarrollo de un plan de presentación previa a la venta.

- La importancia de la descripción específica, detallada y breve del producto como fundamento técnico.
- El acercamiento, la presentación, la demostración, la negociación, el cierre y la confirmación, el servicio.

Coaching de Ventas por Indicadores.

- Evaluación: ¿Qué medir? ¿Con qué medir? ¿Por qué medir?.
- Creación de indicadores.
- Análisis de los cuellos de botella e inductores.
- Estrategias de mejora del desempeño.

SESIÓN 13

Viernes 19 de
Diciembre

Demoday: Entrega y sustentación del trabajo final del curso.

Centrum PUCP podrá efectuar cambios en la malla, de acuerdo a su política de mejora continua. La inauguración del programa se realizará siempre y cuando se alcance el quórum establecido por la Escuela. Centrum PUCP se reserva el derecho de postergar los inicios de los cursos y programas. Iniciadas las clases, la participación es personal e intransferible.

Docentes del Programa

Alonso Marroquin

Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (Grado de Maestro), otorgado por la Universitat Politècnica de Catalunya. Bachiller en Business Management por Quincy University.

Cuenta con mas de 10 años de experiencia en el rubro de retail y consumo masivo liderando áreas comerciales, marketing y de innovación en empresas nacionales y trasnacionales. Se ha desempeñado como Gerente de Línea en Supermercados Peruanos, a cargo de la gestión y estrategia de las categorías; Gerente Canal Moderno en Sigma Alimentos (Braedt & Otto Kunz), responsable de la Gestión Comercial, Ejecución y Trade Marketing en Supermercados a nivel nacional; Head of Marketing B2B en Telefónica, responsable de la implementación de todos los productos y oferta comercial de la empresa (móvil, fija tradicional, productos avanzados y digitales) en el segmento B2B ; Gerente de Innovación y Desarrollo en Porta ,liderando el desarrollo e implementación de nuevos proyectos y líneas de negocio ; Gerente de Categoría en Hipermercados Tottus.

Actualmente es Gerente de la División de Genética y Nuevos Negocios en Grupo Hermani. Director del Instituto de Medicina Funcional e Integral y del Instituto de Pediatría Integral. Profesor a tiempo parcial en CENTRUM PUCP Business School.



Inicio:

Miércoles 12 de
Noviembre



Frecuencia:

Semanal



Duración:

06 semanas



Modalidad:

Clases en tiempo real



Horario:

19:00 - 22:30



Inversión soles:

S/ 1900

Información y descuentos



executive.centrum@pucp.edu.pe



**FINANCIAL
TIMES** 2024

Nº1 EN PERÚ
EDUCACIÓN EJECUTIVA



unicon

CONSORTIUM FOR UNIVERSITY-BASED
EXECUTIVE EDUCATION

Centrum PUCP, miembro de UNICON,
entre las Top 100 referentes en
Educación Ejecutiva a nivel mundial.

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA



5 PALMES OF
EXCELLENCE

eduniversal
2017 Best Business Schools Ranking