

CURSO CORTO EDEX

Estrategias de Ventas B2B & B2C




ELIGE DECIDE EMPIEZA

 **Inicio:**
Martes 30
de Junio

 **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 vez 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

Martes 30
de Junio

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

Martes 07
de Julio

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

Martes 14
de Julio

Organización Comercial.

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

SESIÓN 7 y 8

Martes 21
de Julio

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

Martes 04
de Agosto

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

Martes 11
de Agosto

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

Martes 18
de Agosto

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

Nakama, Marjorie

La profesora Marjorie Nakama es MBA en Food & Agribusiness con doble titulación en Audencia Business School (Francia) y Escola Superior de Propaganda e Marketing (Brasil), Master of Science in Management de la Universidad San Ignacio de Loyola, y Licenciada en Administración de Negocios Internacionales de la Universidad San Martín de Porres con especialidad en Marketing Internacional. Cuenta con estudios complementarios en Marketing Digital, Negociación y Persuasión Comercial, Presentaciones Efectivas Virtuales y Expresión Oral y Manejo de Texto. Además, es certificada por el International Trade Centre de Naciones Unidas para el uso de herramientas de análisis de investigación de mercados, siendo elegida como Training of trainers en Inteligencia de Mercados.


Con relación a su experiencia profesional, es una Ejecutiva Senior, con más de 16 años de experiencia en desarrollo de nuevos negocios internacionales, liderando equipos en las áreas de ventas, investigación de mercados, desarrollo de proyectos e inversión con habilidades comprobadas en negociación, apertura de nuevos mercados e introducción de nuevos productos. Ha trabajado para empresas multinacionales de los sectores agroalimentario, manufacturero, gubernamental y organismos internacionales, en Francia, Estados Unidos y Perú.


Business Development Manager de la empresa multinacional agrícola Olam Global Agri Perú SAC.

 **Inicio:**
Martes 30 de Junio

 **Frecuencia:**
Semanal

 **Duración:**
07 semanas

 **Modalidad:**
Clases en tiempo real

 **Horario:**
19:00 - 22:30

 **Inversión soles:**
S/ 1900

Información y descuentos

 executive.centrum@pucp.edu.pe

FT EXECUTIVE
EDUCATION
2025 RANKING **N°1** **N°6** **N°29**
EN PERÚ EN LATAM EN EL MUNDO



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

CUATRO ACREDITACIONES GLOBALES



DE EXCELENCIA ACADÉMICA



2017 Best Business Schools Ranking