

**CURSO PRESENCIAL:**

# DISEÑANDO UNA ESTRATEGIA COMERCIAL



**GESTIÓN EMPRESARIAL**

## INFORMACIÓN IMPORTANTE

**Modalidad:** Presencial

**Fechas:** Del 18 al 25 de enero de 2023

**Sesiones:** Miércoles y viernes

**Horarios:** De 19:00 a 22:00 hrs.

**Inversión:** Bs. 800

**Contacto:** Ronie Kruklis

Telf. 3464000 (int. 218)

Cel. 62100810 - email: cenace@upsa.edu.bo

## OBJETIVO

Otorgar herramientas que permitan diseñar una estrategia de valor competitiva y diferencial para el mercado. Comprender los elementos claves a tener en cuenta al momento de elaborar una Estrategia Comercial.

## PÚBLICO OBJETIVO

Diseñado para gerentes, jefes de marketing y ventas, gerentes generales con orientación comercial. Dueños y gerentes tanto de pequeñas como medianas empresas.

## CARGA HORARIA

Nueve (9) horas reloj de actividades presenciales y una (1) hora de trabajo individual.

## METODOLOGÍA

### Sesiones presenciales

Enseñanzas 100% prácticas y adaptadas a la realidad actual.

### Actividades posteriores a las Sesiones

Lecturas de apoyo. Trabajos prácticos individuales y en equipo. Análisis de casos. Autodiagnósticos. Revisión de trabajos prácticos y respuesta a consultas por parte del instructor.

**CURSO PRESENCIAL:**

# DISEÑANDO UNA ESTRATEGIA COMERCIAL



**GESTIÓN EMPRESARIAL**

## CERTIFICACIÓN

Se entregará un certificado de participación avalado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA). Podrán acceder a dicha certificación quienes cumplan como requisito una asistencia mínima y presentación de los trabajos del 80%.

## CONTENIDO

- La Estrategia Corporativa y el modelo de Estrategia Comercial. La necesidad de estar alineadas al 100%
- Estrategias de acceso al mercado Online y Offline. El uso de las redes vs. los canales tradicionales
- Estrategias de Canales. Ejemplos de experiencias Multicanal y Omnicanal, el cliente en el centro de la estrategia.
- Estrategias de Precios. Cómo calcula el precio el cliente para tomar una decisión y cómo podemos aprovechar esta característica.
- Definición de la Estrategia de Acceso al mercado. El modelo de negocio y posicionamiento diferencial.
- La planificación comercial. Análisis de la situación que engloba el nivel externo, que incluye un análisis de mercado, de la competencia, del sector y del entorno y del interno tomando en cuenta nuestras posibilidades
- La gestión de relaciones con clientes y Gestión de Cuentas Clave. Las cuentas complejas y la posibilidad de retenerlas en el tiempo
- Entendiendo al consumidor los sesgos psicológicos. Comprender por qué y cómo compramos.
- Tendencias de nuevos negocios, la necesidad de re imaginarse en el mundo digital.

## FACILITADOR

### Lic. Pablo A. Hurtado

Licenciado en Comunicación para el Desarrollo, Máster en Administración de Empresas con una especialidad en Ventas y Marketing de la Universidad Austral de Argentina, es COACH certificado bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Certificado en la metodología BELBIN® TEAM ROLES - Inglaterra.

Con más de 20 años en ventas, ha gerenciado importantes marcas como Nissan y Audi a nivel nacional donde estaba a cargo de las estrategias anuales de ventas Nacionales y Regionales, por segmento y

**CURSO PRESENCIAL:**

# **DISEÑANDO UNA ESTRATEGIA COMERCIAL**



**GESTIÓN EMPRESARIAL**

producto, planes con indicadores financieros, presupuestos, plan de marketing, inversiones, infraestructura y recursos humanos. Negociación con proveedores y dealers, selección e inducción de personal, análisis de mercado para toma de decisiones y gestión de contact center.

Como formación complementaria, ha participado del Programa de Liderazgo para la Competitividad Global, FUNBOLIDER en la Universidad de Georgetown, Programa para Lograr el Éxito en Gerencia de Ventas del INCAE y Especialización en Ventas Personalizadas del Audi Training Program.

Conferencista, formador en ventas y gerencia de ventas, se desempeña de manera paralela como docente de Posgrado en la universidad UPSA y NUR, dictando las materias “Sales Management”, “Coaching Comercial” y “Marketing Estratégico”. Ha trabajado con clientes como: ALICORP, COTAS AUTOSTAR, DISMAC, BANCO FASSIL, CENACE - UPSA, GENERAL AUTOMOTORS, MINOIL, CAINCO, RAINBOW BOLIVIA, PUNTOMAQ, AUTOSTAR, BANCO BISA entre otros.