



GESTIÓN EMPRESARIAL

TALLER ONLINE: DISEÑANDO UNA **ESTRATÉGIA COMERCIAL**

OBJETIVOS

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

DURACIÓN

12 horas reloj. 7 horas de sesiones en vivo y 5 horas de trabajo individual.

METODOLOGÍA

El desarrollo de competencias se llevará adelante a través de módulos de capacitación con metodologías 100% prácticas. Cada módulo se realizará mensualmente según el siguiente esquema:

- **Actividades previas al taller**

Envío de material de estudio por correo electrónico, incluyendo lecturas y actividades que serán empleadas en las sesiones en línea.

- **Sesiones online en vivo**

Enseñanzas 100% prácticas y adaptadas a la realidad actual.

- **Actividades posterior a las Sesiones online**

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

CERTIFICACIÓN

Se entregará un certificado de asistencia avalado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra – UPSA. Podrán acceder a dicha certificación quienes cumplan como requisito una asistencia y presentación de los trabajos del 100%.



GESTIÓN EMPRESARIAL

TALLER ONLINE: DISEÑANDO UNA ESTRATÉGIA COMERCIAL

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.

INSTRUCTOR

Pablo A. Hurtado

Licenciado en Comunicación para el Desarrollo, cuenta con una Maestría en Administración de Empresas de la Escuela Europea de Negocios y una Especialidad en Dirección de Negocios de Retail de la Universidad Austral de Argentina.

Con más de 15 años en ventas en diferentes cargos, hoy es Gerente Nacional de Audi para Bolivia donde está a cargo de las Estrategias anuales de ventas Nacionales y Regionales, por segmento y producto; Planes con indicadores financieros, presupuestos, plan de marketing, inversiones, infraestructura y recursos humanos. Negociación con proveedores y dealers; Selección e inducción de personal y Análisis de Mercado para toma de decisiones.

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

Ha liderado diferentes equipos comerciales enfocándose siempre en la capacitación de los mismos para lograr un Alto Rendimiento y es un Formador Certificado por el CENACE-UPSA.