

PROGRAMA DE FORMACIÓN EN MARKETING ESTRATÉGICO

Objetivos de la actividad

- Formación Profesional para la mejora de las habilidades directivas, desde el rol de los DECISORES.
- Comprender el cúmulo de variables “manejables” que hoy confluyen en las Ventas exitosas.
- Actuar luego, en consecuencia, de forma inmediata, aplicando todas las técnicas impartidas en las tareas cotidianas para la mejora global de la performance.

Metodología

- La capacitación es eminentemente práctica, con trabajos grupales y permanente interacción con el Facilitador.
- Se realizan siempre actividades “disparadoras”, del tipo role playing u otras. Luego, se extraen conclusiones generalizables y aplicables al quehacer cotidiano de los participantes.
- El cierre de cada módulo será realizado por Dueños, Directivos Gerentes de marketing o comerciales de reconocidas empresas de Rosario y su área metropolitana.

Destinatarios

- Propietarios de Pymes y sucesores.
- Gerentes de Pymes.
- Mandos Medios de empresas nacionales y multinacionales.

Duración

La frecuencia de encuentros será de 10 clases, de 3 hs. totales cada uno, y todos los días MARTES, de 18 a 21 hs.

CONTENIDOS

Módulo 1

¿Qué aportes brinda el Marketing en la definición de la estrategia empresarial? ¿Qué datos clave se deben saber de la competencia? ¿Cómo aplicar esta herramienta a su Empresa en el actual contexto inestable?

¿Cómo aprovechar el cambiante contexto competitivo: impactos de la legislación, macroeconomía, tendencias del consumo, culturas, tecnologías, valor agregado de los servicios, proveedores, RR.HH.?

¿Cómo segmentar con originalidad el mercado potencial? ¿Son todos los clientes “iguales”? ¿Son ellos tan “diferentes”?

Módulo 2

¿En qué consiste el “famoso” posicionamiento? ¿Cómo entender y aprovechar las “escaleras mentales”?

Del análisis del entorno competitivo a las decisiones cotidianas: ¿versus quién/es realmente competimos a nivel país y a nivel región? ¿Cómo medir objetivamente el potencial del mercado total?

¿Cómo lograr un equilibrado mix de cartera de productos/servicios según el margen de rentabilidad de su empresa?

Módulo 3

¿Cómo aprovechar en la gestión la evolución del marketing mix: de las clásicas “4P”s a las actuales “4C”s? Marketing de productos de “consumo masivo” y Marketing Industrial.

¿Cómo organizar una Política de productos/servicios integrada y rentable?

¿Cuáles son las decisiones claves para una línea de productos? Estrategias especificadas para el lanzamiento de nuevos productos? Relación con el Ciclo de Vida. Profundidad, Amplitud y Coherencia de una línea de productos.

Módulo 4

¿Cuáles son los pasos para la elaboración de un plan Integrado de comunicación efectivo? Técnicas y Mix Promocional.

¿Cómo recuperar el monto de la inversión en Comunicaciones Integradas?. Complementación con los nuevos medios selectivos disponibles. Nuevas tecnologías y nuevos medios selectivos disponibles.

¿Qué significan cobertura, difusión, contactos e impacto, a la hora de cuantificar el presupuesto de comunicaciones?

Módulo 5

¿Cuáles son las estrategias de la distribución empresarial? El papel de los variados intermediarios. Nuevas tendencias. El impacto de la Web y el e-commerce.

¿Cómo elijo entre los Canales ya disponibles o armar una propia, innovadora? Es rentable dar/tomar franquicias?

Módulo 6

¿Cuál es el enfoque y las estrategias más efectivas para la fijación de precios? Uso del concepto del Valor Percibido.

El ABC de los precios: Costos. Clientes. Competencia. Canal de ventas

¿Cómo superar un dilema crucial: vender elevados volúmenes de unidades o tener gran rentabilidad sustentable?

Módulo 7

¿Cómo elaborar un Plan Comercial de modo profesional?

¿Qué contiene, abarca y requiere la confección e implementación de un Plan Comercial para que sea ejecutable y genere resultados?

¿Cómo lograr la sinergia entre la estrategia a seguir, objetivos, recursos, tácticas, responsables y acciones en plazos concretos? Factor clave: control de avances.

Módulo 8

¿Cómo vender lo intangible? Diferencias entre Marketing para Productos con los Servicios.

¿Cómo mejorar el servicio que brindan las empresas a sus clientes? El sistema de "Servucción".

La elevada calidad de servicio, ¿es una oportunidad para diferenciarse, fidelizar y retener clientes satisfechos?

¿Qué son los Puntos de Contacto? ¿Quiénes los "administran"? ¿Cómo se los mejora día a día?

¿Cómo ofrecer Calidad superlativa? Los "Momentos de la Verdad": Concepto, importancia y gestión.

Módulo 9

El vendedor ¿nace o se hace? ¿Cuál es el perfil de un vendedor profesional?

¿Cuáles son los pasos para concretar una venta exitosa? Gestión de Ventas.

¿Cuáles son las técnicas y tácticas para ayudar al cliente a tomar la decisión de comprarnos?

Módulo 10

Sistemas de remuneración e incentivos: ¿cómo calcular comisiones y premios?

¿Cómo determinar el potencial de ventas por producto y por zona? Presupuestos de ventas.

¿Cuáles son los indicadores de productividad de ventas? ¿Cómo mejorarlos?

INFORMES E INSCRIPCION

Personalmente en Mitre 170. Telefónicamente al 0341 410 5000 o vía email a info@edn.edu.ar