

Programa Ejecutivo en
**Gerenciamiento
Comercial Corporativo**

ACERCA DEL PROGRAMA

Nuestro Programa Ejecutivo, está orientado a ejecutivos de organizaciones que participen en modelos de negocios de Venta Corporativa, aportando una visión holística de la gestión comercial y del marketing colaborativo.

El actual contexto de crisis e incertidumbre socio-económico, la hiper competitividad y las características de los nuevos mercados en general está dada por la complejidad de sus procesos comerciales y el desarrollo de canales de distribución físicos y virtuales.

En este nuevo juego corporativo, los **LÍDERES COMERCIALES** (Dueños, Directores, Gerentes y Mandos Medios), tienen un rol fundamental en la toma de decisiones para poder ganar y construir una posición dominante en este marco competitivo y en consecuencia, la definición de políticas de marketing y la dirección comercial en las empresas adquiere un papel de relevancia fundamental para el éxito o fracaso del negocio.

Por otro lado, y teniendo en cuenta los cambios generacionales que se están dando en las empresas, la incorporación de los nuevos conocimientos, en el área comercial, los avances en marketing y los negocios digitales, son una clave de éxito, sumado a la importancia de la actitud de todos los actores del sector.

Es en este sentido que el PROGRAMA EJECUTIVO en GERENCIMIENTO COMERCIAL CORPORATIVO, ofrece las alternativas para que los participantes puedan tener las herramientas para Diseñar, implementar y monitorear un PLAN COMERCIAL CORPORATIVO, incorporando como diferencial, una

METODOLOGÍA DE LA ACTIVIDAD

Formación en modalidad on line a través del Campus EAN.

Metodología práctica y constructiva. Este trabajo se encuentra siempre guiado por el formador y enmarcado tanto en los objetivos preestablecidos de la acción formativa como en las expectativas manifestadas por los participantes al inicio de la sesión. De esta manera, se intenta satisfacer tanto las necesidades concretas como generales del grupo.

INFORMACIÓN GENERAL

HORARIO

Lunes de 17:30 a 19:30hs
Miércoles de 19 a 20hs

MODALIDAD

Virtual

DURACIÓN

3 Meses

CARGA HORARIA

60 Horas Totales
- 36hs on line sincrónicas
- 24hs asincrónicas

Nuestra metodología consiste en una combinación equilibrada de:

- Discusión en grupo con relación a las conclusiones derivadas de actividades se proponen que reflexionen sobre contenidos trabajados o temas relacionados con la transferencia a situaciones reales en las que se encuentra en el día a día.
- Exposición de los fundamentos conceptuales, procedimientos y técnicas de aplicación de las diversas áreas dentro de la Gestión Comercial Corporativa.
- Utilización de recursos audiovisuales, los mismos proveen de poderosas metáforas que ayudan a los participantes a la comprensión de diversos conceptos.
- Realización de ejemplos o simulaciones que permitan una mayor transferencia o aplicación de los contenidos al puesto de trabajo, o una mayor comprensión.
- Desarrollo de actividades mediante trabajo en equipo que potencien el aprendizaje colaborativo y la reflexión y la práctica de los contenidos.
- Soporte de lectura complementaria con el fin de brindarle a los participantes de las herramientas de consulta permanente en sus puestos de trabajo.

Formación en modalidad presencial, con todos estos elementos, se consigue que la metodología sea:

- Participativa: basada permanentemente en actividades que permiten la reflexión y la retroalimentación a lo largo del proceso.
- Orientada a la transferencia: donde las actividades están pensadas para que se apliquen al puesto de trabajo y faciliten la gestión diaria de los participantes.
- Constructiva: donde el formador, actúa como facilitador del proceso de aprendizaje de los participantes y no sólo como instructor.
- Estructurada en equipos: el trabajo en los talleres se realiza en los equipos mientras el formador supervisa y proporciona retroalimentación a cada equipo. A nivel de gran grupo, se ponen en común las conclusiones y el formador desarrolla las conclusiones de manera global.
- Adaptada a las necesidades: el fin de adaptar los contenidos a las necesidades del mercado comercial corporativo.

PARTICIPANTES

- Titulares y Dueños de PYMES
- Directores Comerciales
- Gerentes Comerciales
- Consultores en temas Comerciales y Marketing
- Profesionales de la especialidad que proyecten desarrollarse en el tema.
- Mandos Medios Comerciales

OBJETIVOS



Proyectar, Diseñar, Implementar y Auditar Planes Comerciales Planes B2B alineados con el mercado y la estrategia corporativa de la compañía.

Analizar y enfrentar con mayor probabilidad de éxito problemas complejos del área de gestión comercial y marketing en el sector B2B.



Conocer, reconocer y analizar críticamente los mercados estratégicos clave para lograr y mantener una posición competitiva de la empresa.

Gestionar Inteligencia de Negocios para la toma de decisiones estratégicas de su compañía.



Fomentar la habilidad negociadora con conocimientos y creatividad.

Gestionar la creación de valor para su negocio y los stakeholders, generando lineamientos estratégicos y tácticas de mercado que generen mayor rentabilidad y ventajas competitivas sostenibles.



PERFIL DEL GRADUADO

- **Planificación Comercial y Organización Gerencial:** sea cual sea el trabajo al que un candidato aspire, la planificación y la organización son competencias fundamentales. Planear es gestionar el tiempo, los plazos y dar la importancia justa a cada función o actividad.
- **Resolución de conflictos 360°:** la toma de decisiones es fundamental para intervenir en situaciones difíciles para las compañías. Las personas con talento para gestionar y reconducir tales casos son especialmente valorados en los procesos de selección.

- **Habilidades comunicativas:** un buen profesional debe comunicarse de manera eficaz y coherente. En la forma en que expresa sus ideas radica parte de su éxito. También tiene que desarrollar la escucha activa, la inteligencia emocional y, si la situación lo requiere, la gestión acertada de grupos de colaboradores o reuniones.
- **Análisis de datos:** en la era de la información, son muy pocos los profesionales que no trabajan con datos o mensajes. Todo está prácticamente atravesado por la información. Pero los datos por sí solos no bastan; hay que saber analizarlos y extraer de ellos lo que se considere más importante cada la circunstancia.
- **Creatividad e Innovación aplicada:** las empresas valoran muy positivamente la creatividad. Tener a un empleado de este talante es la mejor inversión a corto, mediano y largo plazo.
- **Gestión Comercial:** también importa la capacidad de persuasión de los referentes de los canales, sobre todo en esos ambientes en los que la negociación y las ventas son elementos centrales. Saber vender es todo un arte que es preciso desarrollar.

TEMÁTICAS

Principales temáticas a abordar de los módulos:

- **Módulo I:** Estrategía Comercial.
- **Módulo II:** Planificación y Control Comercial.
- **Módulo III:** Gerenciamiento de Cuentas.
- **Módulo IV:** Marketing Digital y Prospección.
- **Módulo V:** Gestión de Precios.
- **Módulo VI:** Liderazgo y Conducción de Equipos de Venta.
- **Módulo VII:** Trade y Retail Marketing (Gestión de los Puntos de Venta).

CONTENIDOS MÍNIMOS

MÓDULO I: ESTRATEGÍA COMERCIAL.

El negocio B2B. La Estrategia Comercial como Foco de Diseño. El Plan de Marketing, El Plan Comercial, El Plan de Negocios.

MÓDULO II: PLANIFICACIÓN Y CONTROL COMERCIAL

La Investigación de Mercados. Inteligencia Comercial. Estimación de Demanda. Detección y Dimensionamiento de Oportunidades. Modelo de Análisis estratégicos. El Modelo escalonado: Política Comercial - Estrategia - Táctica – Programas – Acciones.

MÓDULO III: GERENCIAMIENTO DE CUENTAS

Definición del Concepto de Cuentas. Desarrollo del Modelo de KAM (Key Account Management), con aplicaciones para PYME. La Gestión del Stock en el Cliente. La Administración de la Cuenta. La Fidelización del Cliente. La Venta Cruzada. La gravitación dentro del Stock del Cliente.

MÓDULO IV: MARKETING DIGITAL Y PROSPECCIÓN

La Importancia de la Prospección dentro de Plan Comercial. Políticas de CRM, implementación de Modelos para PYMES y grandes Empresas. El Marketing Digital como una evolución de la 4 metodología. Diseño de Funnel de Conversión, desarrollo de Redes Sociales como generadoras de Leads de Consultas.

MÓDULO V: GESTIÓN DE PRECIOS

La Política de precios como un instrumento diferencial dentro de la Estrategia Comercial. Los estrategias de precios: penetración – descreme – precios neutrales. Diseño de precios por canal. Auditoria de precios. Costos, Márgenes y Rentabilidad.

MÓDULO VI: LIDERAZGO Y CONDUCCIÓN DE EQUIPOS DE VENTA

El Entendimiento del Rol del Gerente Comercial como Líder del Equipo de Ventas. Motivación, Delegación y Administración de Objetivos de Ventas. El Modelo de Coaching Comercial. Definición del estándar esperado de cada Comercial. Acuerdo de Expectativas. Seguimiento y Feedback. Diseño de las reuniones de Feedback. Anclaje del Feedback a la Evaluación de Desempeño.

MÓDULO VII: TRADE Y RETAIL MARKETING (GESTIÓN DE LOS PUNTOS DE VENTA)

Desarrollo de Distribuidores. Modelos de Gestión para el Distribuidor. El Desafío del Retail Marketing. La gestión del Marketing en el Punto de Venta. El Merchandising: Presentación – Stock - Ubicación. La Gestión del Rentabilidad del Punto de Venta. Desarrollo de Franquicias. Las Estrategias de Merchandising: Gestión, Organización y Seducción.

EVALUACIÓN

La acreditación del PROGRAMA EJECUTIVO requiere, además de una participación on line igual o superior al 50% de la totalidad de la carga horaria, la presentación y aprobación de un Trabajo Integrador.

CADA UNIDAD TIENE UNA ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN INCLUIDA EN LA MISMA.

(Lo expresado es un requisito a cumplir de acuerdo al Reglamento. No obstante, se puede expresar cómo será la evaluación en general, ya que luego, en cada unidad, podrá ampliarse y explicitar cómo será la misma).

TRABAJO INTEGRADOR

El Trabajo Integrador constituye el requisito final de evaluación del PROGRAMA EJECUTIVO; es de carácter obligatorio e individual. Para cumplimentar este requisito, podrán realizarse entregas parciales al finalizar cada módulo o entregar la versión completa en un plazo no mayor a los 30 días corridos a partir de la finalización del último módulo.

COORDINADOR

MG. GUILLERMO E. SOULÉS.

- Consultor – Docente - Investigador
- Lic. Relaciones Públicas (UK), Posgrado en Marketing Estratégico (ITBA), Posgrado en Comportamiento del Consumidor (UBA), Posgrado en Planificación Estratégica (UBA), MBA – (ENEB) en curso, Maestría en Transporte (IESE).
- Consultor Senior - Especializado en Gestión Comercial y Marketing.
- Profesor de Graduados del Taller de Marketing para Pymes de la Universidad Nacional de La Matanza.
- Profesor de Investigación de Mercados en IUEAN.
- Director de Contenidos y Co-Fundador de TKHG.
- Ex Gerente de Marketing Nueva Chevallier.
- Ex Gerente Comercial - GRUPO TAC - Holding de Empresas de Transportes.
- Ex Gerente de Marketing - FERROVIAS S.A.C. Concesión Privada FFCC Belgrano Norte.

BIBLIOGRAFÍA

- LA VENTA CONCEPTUAL - Robert B. Miller y Stephen E. Heiman ISBN 10: 9700508145 - Grupo Letras - 2005 – Madrid España.
- DIRECCIÓN Y PLANIFICACION ESTRATEGICAS EN LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES Fernández Romero Andrés - ISBN:9788479786250 Editorial: DIAZ DE SANTOS - 2004.
- KEY ACCOUNT MANAGEMENT - La Guía Definitiva - McDonald, Malcolm - Woodburn, Diana ISBN: 9780750662468 Editorial: Elsevier Science - 2007 - Amsterdam. Países Bajos.
- MARKETING DIGITAL - Crespo Agustin - ISBN:9788426722249 - Editorial: MARCOMBO 2016.
- PRICING: NUEVAS ESTRATEGIAS DE PRECIOS - de Jaime Eslava, José - ESIC - España 2007.
- GESTIÓN DE PRECIOS - de Enrique C. Díez, Javier Rondán e Isabel M^a Rosa Díaz, Esic Editorial, 2013.
- COACHING DE EQUIPOS - Piqueras Cesar Editorial: PROFIT - Buenos Aires 2009.
- LA MOTIVACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS - John Lidstone -Deusto S.A. Ediciones - ISBN:9788423405541 Bilbao, España. 1983.
- RETAIL MANAGEMENT D'Andrea G., Ring Lawrence J., Tigert Douglas J. Ed. Temas. Buenos Aires 2007.
- RETAIL MARKETING. Rico R., Doria E . Prentice Hall Argentina. Buenos Aires 2002.



Programa Ejecutivo en
**Gerenciamiento
Comercial Corporativo**

capacitacion@ean.edu.ar



www.ean.edu.ar

CABA-MARTÍNEZ