

MARKETING, VENTAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

INDICADORES DE GESTIÓN DE MARKETING Y VENTAS

DESCRIPCIÓN GENERAL

Este curso presenta un enfoque teórico-práctico para introducir a los participantes en la identificación, diseño e implementación de indicadores de gestión para marketing y ventas. Para el logro de los objetivos del curso, los participantes aprenderán a diseñar indicadores de marketing y ventas utilizando dos enfoques específicos, el Enfoque Cliente Proveedor y el Balanced Scorecard. La metodología enfatiza la construcción de indicadores clave aplicables a la realidad de las organizaciones de los participantes.

DIRIGIDO A

Gerentes, jefes, supervisores y en general personal de las áreas de marketing y ventas que deseen adquirir competencias para gestionar sus procesos usando indicadores de gestión.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el participante estará en condiciones de construir y analizar indicadores de marketing y ventas para responder a las necesidades reales de cualquier tipo de organización.

TEMARIO

- Introducción a la gestión de excelencia y a la orientación a resultados
- Gestión de los clientes y el mercado y gestión comercial
- Conceptos clave: mercado, segmento, comportamientos y actitudes, atributos
- Objetivos, indicador y meta
- Tipos de indicadores
- Ficha del indicador
- Gráfica del indicador
- Enfoques para identificar indicadores: Enfoque cliente-proveedor
- Diseño de indicadores usando el Enfoque Cliente-proveedor
- Enfoques para identificar indicadores: Balanced Scorecard
- Diseño de indicadores usando el Balanced Scorecard
- Algunos indicadores clave estandarizados para marketing y ventas
- Implementación, análisis y mejora de indicadores

EXPOSITOR: JOSÉ ANTONIO VILLAGRA

Consultor de empresas especializado en indicadores de gestión, liderazgo y estrategia. Gerente General de PRAXIS, con amplia experiencia como asesor de organizaciones como el Banco de Crédito del Perú, Banco de la Nación, Grupo Interbank, Telefónica del Perú, DIRECTV, REPSOL YPF, Gloria S.A., San Fernando S.A., Profuturo AFP, ATENTO Perú, La Positiva Vida y Corporación J.R. Lindley. Consultor líder del proyecto MISION desarrollado por Catholic Relief Services (CRS) de Estados Unidos para el fortalecimiento de instituciones de microfinanzas en varios países de Latinoamérica y África. Autor del libro "Indicadores de gestión: un enfoque práctico", Cengage Learning, México, 2015. Expositor en numerosos congresos nacionales e internacionales en los ámbitos de estrategia y recursos humanos. Ex coordinador y evaluador internacional para el Premio Iberoamericano de Calidad (España). Economista de la UNMSM. Master en Gestión de Proyectos, University of Antwerp en Amberes, Bélgica y Magíster en Dirección de Personas de la Universidad del Pacífico en Lima. Egresado del Programa Total Quality Management for Service Sector, Tokio, Japón; Entrenado como formador con especialidad en "Técnicas de Moderación, Manejo de Grupos y Planificación de Seminarios Taller" por la CDG de Alemania. Participó en misiones de estudio a empresas en Japón, Estados Unidos, Francia, España, Bélgica, Holanda, Alemania, Suiza, República Checa, Brasil, Colombia y Chile.