

DIRECCIÓN DE VENTAS

ESTRATEGIA DE VENTAS B2B

DESCRIPCIÓN GENERAL

Las áreas de ventas B2B tienen una dinámica diferente al interactuar con el mercado, en ese sentido, las estrategias que debe implementar la Gerencia Comercial deben estar orientadas a la construcción de una relación de largo plazo con sus clientes, gestionando cada una de las etapas del proceso comercial y basándose en la confianza más que en la mera relación transaccional.

El curso proporciona a los participantes una visión integral y práctica de las principales variables, procesos y decisiones que un profesional debe dominar en las empresas con ventas B2B.

Durante el desarrollo del curso se desarrollarán temas relacionados con el mercado, los clientes, la competencia y los modelos bajo un enfoque estratégico, asimismo, el participante podrá identificar los diferentes agentes intervinientes en la decisión de compra de un cliente y sus roles, ya sean de influenciador o decisor en el proceso.

DIRIGIDO A

Profesionales de empresas con ventas B2B que deseen desarrollar su gestión comercial desde una perspectiva estratégica basada en el conocimiento del cliente, conocimiento de sus necesidades y el liderazgo orientado a construir relaciones de largo plazo, generando valor en cada una de las etapas del proceso comercial.

OBJETIVOS

Objetivo general

Desarrollar en los profesionales de ventas competencias que les permitan entender y aplicar la gestión comercial en ventas B2B desde una perspectiva estratégica.

Objetivos Específicos

- Elaborar el plan de venta B2B.
- Diseñar las etapas de prospección, acercamiento y contacto con el cliente B2B.
- Diseñar las etapas de la presentación, negociación y cierre B2B.
- Diseñar las etapas de mantenimiento y expansión de la relación con el cliente.

METODOLOGÍA

El método de enseñanza busca promover la participación activa del estudiante durante el desarrollo de las sesiones mediante el desarrollo de trabajos aplicativos, los controles de lecturas, la participación en clase y las discusiones acerca de temas propuestos en cada sesión.

La metodología del curso es eminentemente práctica y aplicada. Se busca que los participantes interactúen entre sí mediante dinámicas y discusión de casos compartiendo experiencias y enriqueciendo su red de contactos.

TEMARIO

- Planificación ¿Por qué la gerencia de ventas es diferente en las empresas B2B?
- La gerencia de ventas B2B y la propuesta de valor.
- El mapa de poder y el mapa de dolor.
- El proceso comercial en ventas B2B. De la prospección al cierre.
- Gerencia en las relaciones post venta y fidelización.
- Métricas comerciales, políticas de compensaciones y motivación en ventas B2B.
- Reclutamiento y selección. El perfil de los vendedores B2B.
- Importancia del CRM.

EXPOSITOR: GUILLERMO STANBURY TITINGER

Es Magister en Administración Estratégica de Empresas MBA de CENTRUM Católica Graduate Business School, Pontificia Universidad Católica del Perú. Bachiller en Administración de Empresas, Universidad de Lima. Cuenta con estudios de Entrepreneurship Seminar en Babson College – USA y Negociaciones efectivas en CMI Group – Harvard.

Trabajó en Grupo El Comercio y entre el periodo 2014-2015 fue Gerente General de la Imprenta del Grupo, Amauta Impresiones Comerciales, una de las plantas industriales de impresión más importantes de Latinoamérica, entre el año 2010 y 2014 fue Gerente Comercial de Impresiones en Empresa Editora El Comercio. Fue Gerente de Ventas del Canal Indirecto en Cervecerías Peruanas Backus - SAB Miller.

Actualmente se desempeña como Consultor de empresas importantes y Coordinador del Área de Maestrías Internacionales en CENTRUM Católica Graduate Business School.

DURACIÓN: 24 HORAS

DIAS: MARTES