



Estrategia de Ventas B2B



Descripción General

Las áreas de ventas B2B tienen una dinámica de mayor complejidad. Al interactuar con empresas y no consumidores finales las estrategias que debe implementar la Gerencia Comercial deben estar orientadas a la construcción de una relación de mediano y 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 de todos los sectores que cuenten o deseen incorporar un área de ventas B2B. La misión del curso es dotar al participante de mejores herramientas para mejorar la 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 de Aprendizaje

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.



Estructura y Contenidos

Sesiones 1 – 2	<p><i>La venta personal desde el prisma relacional.</i> Evolución de la venta personal: hacia un enfoque relacional. Concepto y contenido de la venta relacional. Etapas del proceso de la venta relacional.</p>
Sesiones 3 – 4	<p><i>La comunicación verbal y no verbal en el desarrollo de las relaciones.</i> La comunicación y el posicionamiento. La venta adaptable o venta adaptativa. El método SPIN.</p>
Sesiones 5 – 6	<p><i>Inicio de la relación:</i> El proceso de ventas: Prospección, preparación y acercamiento.</p>
Sesiones 7 – 8	<p><i>Desarrollo de la relación:</i> La fase avanzada del proceso de ventas: La presentación, negociación y cierre. La negociación de objeciones.</p>
Sesiones 9 – 10	<p><i>Mantenimiento y expansión de la relación:</i> El servicio al cliente. Importancia y definición del servicio al cliente. Métodos de servicio al cliente. Tratamiento de quejas y reclamaciones. Mantenimiento, retención y recuperación de clientes.</p>
Sesiones 11 – 12	<p><i>Motivación de la fuerza de ventas:</i> El gerente de ventas como motivador de sus vendedores</p>
Sesiones 13 - 14	<p><i>Remuneración de vendedores:</i> Importancia, principios generales, técnicas de remuneración, estructura salarial en ventas B2B.</p>
Sesiones 15 – 16	<p><i>Plan de ventas B2B.</i></p>



Expositor: Carlo Mario Romero

Es Magíster en Administración de Empresa GLOBAL MBA de CENTRUM Católica Graduate Business School y Tulane University, graduado con la distinción Cum laude. Bachiller en Administración y Marketing. Cuenta con estudios de Entrepreneurship en MIT e INCAE, habiendo cursado el Senior Executive Program.

Es un ejecutivo con más de diez años de experiencia en marketing, ventas B2C & B2B, trade marketing y gestión de cuentas tanto en el Canal Tradicional como en el Canal Moderno. Experto en negociación de acuerdos comerciales y contratos.

Actualmente se desempeña como Gerente Comercial y Desarrollo de Nuevos Negocios de Cinecolor empresa representantes de Disney Consumer Productos para Perú y otros países de Latinoamérica. Comercializando las licencias de Disney, Marvel y Lucas.

Anteriormente trabajo en el periodo del 2013 al 2016 como Country Manager de la empresa chilena BredenMaster abriendo y liderando la operación de Perú. Cuenta con amplia experiencia en consumo masivo y multicanal , gracias haber laborado en Corporación Lindley (Hoy Arca Continental) durante el periodo del 2006 al 2013 donde su última posición fue Gerente de Ventas de Cuentas Claves con más de 50 ejecutivos a su cargo.



Duración: 24 Horas



Día: Martes