

Gestión Comercial de Corrugado

OBJETIVOS

- Brindar los elementos fundamentales que hacen a la comercialización de una empresa corrugadora. Pudiendo realizar un análisis del contexto competitivo, así como de los aspectos que hacen a la organización, gestión y planificación de la estrategia comercial.

PROGRAMA

Temario:

- **MERCADO Y POSICIONAMIENTO**

- ✓ Características del mercado
- ✓ Análisis de la oferta y la demanda
- ✓ Análisis de la competencia
- ✓ Sistema de Precios.
- ✓ Aspectos principales que forman los precios en los mercados
- ✓ Canales de distribución y logística comercial

- **CLIENTE Y USUARIOS**

- ✓ Concepto del consumidor y comprador
- ✓ Motivos comunes de compra. Tipos de venta
- ✓ El cliente fiel. Mecanismos de fidelización
- ✓ Competencia por nicho y segmentos

- **ESTRUCTURA COMERCIAL**

- ✓ Organización del área comercial.
- ✓ Diseño de la fuerza de ventas: asignación y manejo de clientes por zona geográfica o por tipo de producto
- ✓ Perfiles y capacitación de los vendedores
- ✓ Cómo generar un asesor comercial

- **PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN**

- ✓ Fijación de objetivos de venta por cliente / vendedor
- ✓ Análisis y Control de Gestión de Ventas
- ✓ Administración de la cartera de clientes

- **ESTRATEGIA COMERCIAL**

- ✓ Característica competitiva y contextual de la empresa
- ✓ Ventajas y desventajas competitivas
- ✓ Planificación: Enfoque Estratégica y Táctica comercial

- **Conclusiones del curso**

Capacitador:

Lic. Javier Regis

Licenciado en Comercialización (UAI - Universidad Abierta Interamericana). Cuenta con una dilatada carrera comercial como Gerente Comercial de algunas de las más relevantes empresas corrugadoras de la Argentina. Actualmente se desempeña como Gerente General en una consultora internaciones especializada en Gestión Empresarial e Inversiones.

Diagramación:

- Duración:

- ✓ Programa de 6 horas puras de capacitación.
- ✓ Dos jornadas de extensión de 3 horas, en formato de curso abierto.
- ✓ Modalidad a distancia

- Alcance:

Dirigido a Titulares y personal con competencias gerenciales, Gerentes y Directores comerciales, responsables de Ventas y personal involucrado en los aspectos comerciales.-

- Metodología:

Combinación de clases teóricas con aspectos propios de la práctica de trabajo. Formación eminentemente práctica, dinámica, participativa, con interacción de los asistentes. Análisis de casos, problemáticas y experiencias de trabajo.