

INSCRIPCIONES

SEMINARIO:

# GESTIÓN COMERCIAL BASADA EN LA VENTA CONSULTIVA: impacto y condiciones para su implementación (16 hrs.)

Los elementos que instrumentalizaban la competitividad de las empresas hace 20 años han quedado relegados para la venta de “commodity”. Los precios bajos (del producto) o la diferenciación (del producto) dejaron de ser las únicas formas de competir en el siglo XXI. Para competir con éxito en la “nueva economía” las empresas tienen que aprender a trabajar con sus clientes y entregarles lo que estos más valoran: beneficios específicos.

Pero no la promesa de beneficios que el producto podría producir, sino el servicio necesario para ayudar al cliente con la materialización de dicho beneficio. Esto nos obliga a cambiar la forma de vender y la forma de entregar al cliente el beneficio (no el producto) prometido.

Este Seminario entrega una visión estratégica para desarrollar la perspectiva “comercial” de la venta consultiva y para comprender la profunda transformación que debe experimentar el área de servicios.

## 1. OBJETIVOS

Al finalizar el Seminario los participantes:

- Serán capaces de identificar los fundamentos de la venta consultiva, para incorporarlos en las estrategias comerciales y de servicios de la organización.

## 2. TEMARIO

- Conceptos básicos acerca de la venta consultiva
  - Qué es “valor”
  - Qué es “venta consultiva”
  - Evolución de las “estrategias competitivas”
  - Impacto en las utilidades
  - Impacto en la organización de la empresa (proveedora)
- El ciclo de venta estructurado bajo el enfoque consultivo:
  - Porqué se requiere un proceso “estructurado”
  - Beneficios para el vendedor
  - Beneficios para la Gerencia Comercial
  - Beneficios para el área de Servicios
  - Los roles en el proceso comercial
  - Los roles durante la materialización de la promesa comercial
- Análisis de la Estructura del Ciclo de Ventas
  - Generación de la estructura y la secuencia
  - Evitando el juego político
  - Enfrentando la competencia
  - Eficiencia y Eficacia en el ciclo de ventas
  - Tablero de Control
- Organización Transversal para el proceso comercial
  - La venta como proceso transversal de la empresa
  - Cómo construir sinergia en torno a los objetivos comerciales
  - Cómo hacer promesas que sean respaldadas por la cadena de valor interna
- El pronóstico
  - Estructura y Pronóstico
  - Afinando las herramientas de pronóstico
  - Tablero de Control general

## 3. METODOLOGÍA

- La metodología de trabajo se basa en una presentación del relator, ilustrada con casos de éxito y discusión abierta con los participantes en torno a los desafíos comerciales y de servicio que se presentan en sus organizaciones.
- Los participantes tendrán un seguimiento remoto (vía teléfono y web) durante 3 meses por parte de un profesional capacitado (tutor) que lo/la acompañará en contactos quincenales para facilitar la instalación de las habilidades desarrolladas.
- Los participantes tendrán evaluaciones antes y después del curso en base a las competencias relevantes del mismo.

## 4. POBLACIÓN OBJETIVO

Dirigido a empresarios, gerentes, ejecutivos y jefaturas de áreas comerciales y de servicios.

## 5. RELATOR

World Class se reserva el derecho de asignar a otro relator con perfil y experiencia equivalente, si alguno de los relatores propuestos no estuviera disponible en la fecha programada.

### **Sr. Rodrigo Castro Cordero**

Ingeniero y Master of Sciences de la Universidad de Maryland, USA. Socio-Fundador de Plus Consult y de Metanoia Chile S.A. Consultor y conferencista internacional especializado en Gestión comercial, Procesos y Eficiencia Operacional. Posee una importante experiencia ejecutiva en empresas multinacionales, destacando su participación en Internacional Data Corporation, donde fue Director y Unysis Corporation, donde se desempeñó como Gerente de Cuentas del Área Industria y Comercio y Marketing Manager para Latinoamérica y el Caribe.

Como Marketing Manager de Unysis le correspondió dirigir a nivel regional el entrenamiento y asistencia a la Planificación Estratégica de Clientes y al proceso de Venta Consultiva. Ha dictado conferencias en el taller de Ingeniería de Sistemas de la Universidad de Chile y en la Conferencia Usuaría de Buenos Aires Argentina. Ha sido profesor en el MBA de la National University of San Diego y en el Post Título de Gestión Informática de la Universidad Católica de Chile.

## 6. ANTECEDENTES GENERALES

<b>Actividad:</b>	<b>GESTIÓN COMERCIAL BASADA EN LA VENTA CONSULTIVA: impacto y condiciones para su implementación</b>
<b>Duración:</b>	16 horas
<b>Lugar:</b>	Por confirmar (Hotel sector oriente de Santiago)
<b>Otros:</b>	La inscripción incluye: materiales, certificado, coffee break.
<b>Mínimo Participantes:</b>	Este curso se impartirá con un mínimo de 12 participantes
<b>Código SENCE:</b>	

**IMPORTANTE:** Toda anulación debe hacerse 5 días hábiles antes del curso, de lo contrario se dará por confirmada su inscripción para todos los efectos. World Class Capacitación Limitada provee el código SENCE, pero la inscripción la realiza la empresa del participante.