

Programa de Marketing y Ventas Dirección Comercial

VALENCIA
Octubre -
Diciembre 2019

Lugar de realización
VALENCIA
HOSPES PALAU DE LA MAR
Navarro Reverter, 14
46004 Valencia

Fechas y horario
16, 23 y 30 de octubre,
6, 13, 20 y 27 de noviembre
y 4 de diciembre de 2019

Clases semanales.
Miércoles, de 9 a 14h
y de 15.30 a 18.30h

Matrícula
Miembros de ESADE Alumni
y clientes de Deloitte tendrán
un descuento en la matrícula.

Consultar también bonificaciones:
· Por la compra de más de un producto
· Fundación Tripartita mediante el PIF
(Permiso Individual de Formación)

Cómo fortalecer tu posición competitiva en el mercado

El actual entorno empresarial es altamente competitivo. La entrega de un valor superior al cliente es tan importante como capturar el retorno de forma rápida y eficiente. La transformación digital ha acelerado el ciclo de competitividad, por lo que para ser ganadores ya no es suficiente adaptarse: la clave es la anticipación. Una excelente estrategia en las áreas de Marketing y Ventas, unida a una impecable implementación de los planes de acción por parte de una estructura comercial habituada a trabajar en red y asistida por una tecnología digital en constante actualización, serán las claves del éxito.

Las áreas de Marketing y Ventas son responsables de liderar el cambio hacia organizaciones abiertas, capaces de crear nuevas formas de generar ingresos, que exploten las capacidades internas y transformen las propuestas de valor, revolucionando las formas de pensar y accionar en un escenario que combina todos los aspectos tanto analógicos como digitales.

Para ello, se necesitan líderes con inteligencia de mercado, capaces de crear las estrategias de marketing y comerciales adecuadas, implementándolas en base a procesos ágiles y transversales, y que dominen las herramientas que sean necesarias para hacerlo en un entorno que ya es digital.

Título propio universitario – bonificable por
Permisos Individuales de Formación PIF

Objetivos

El Programa de Marketing y Ventas-Dirección Comercial proporciona a los directivos participantes la formación necesaria, teórica y práctica, para que puedan:

- Desarrollar y actualizar su conocimiento sobre los métodos y conceptos aplicables en marketing y ventas.
- Familiarizarse con las estrategias, las tácticas y los planteamientos competitivos en el entorno digital.
- Compartir y debatir las tendencias actuales y las futuras evoluciones de la gestión comercial en las empresas.
- Establecer contactos con directivos de otros sectores o industrias que estén afrontando retos similares a los suyos.

Participantes

Los participantes al programa son profesionales y empresarios con experiencia, que pueden estar ocupando cargos de responsabilidad en el área Gerencial, Comercial, Marketing, Ventas y/o Comunicación. El curso va dirigido también a directivos que, desde cualquier otra área funcional, estén interesados en conocer las necesidades de sus consumidores y clientes y en mejorar su respuesta empresarial.

Metodología

El programa utiliza un modelo de *Blended Learning*, que combina diferentes métodos de aprendizaje, tanto presenciales como virtuales.

- **Pre-Programa - On-line**
- **Programa - Presencial/On-line (8 sesiones)**
- **Post-Programa - On-line**

En particular, el formato del programa combina presentaciones teóricas, útiles para elaborar un marco conceptual general sobre cada tema específico, y análisis de casos prácticos relacionados con cada uno de los temas previstos en el contenido. En las sesiones de trabajo con los profesores se pondrá especial énfasis en la inmediata aplicación práctica de los conocimientos impartidos, favoreciendo, además, el constante contraste de la experiencia entre profesores y participantes.

Formación On-line

La parte de *e-learning* tiene por objetivo complementar las sesiones presenciales y comprobar la aplicación práctica de las nociones adquiridas en la realidad de la organización empresarial en la cual trabaja el participante. La plataforma on-line completa e integra de manera fundamental la formación del curso, durante sus tres fases.

1. Pre-Programa

- Videos y lecturas previas para la simulación de mercado *on-line*.

2. Programa

- Lecturas “extra muros”, sugeridas por el profesor responsable tanto previa como posteriormente a su sesión.
- Realización *on-line* de la simulación de generación de Estrategia de Marketing, Ventas y Digital (MarkPlan).

3. Post-Programa

- Entrega informe del simulador estratégico *on-line* MarkPlan y evaluación. Feedback equipo de profesores.

Duración

En total el programa tiene una duración de 100 horas, de las que 64 están articuladas en 8 jornadas presenciales y 36 horas de aprendizaje *on-line*.

Contenidos

1. MARKETING ESTRATÉGICO I

- Orientación al mercado: la identificación de los factores de cambio. El proceso global de digitalización.
- El proceso de formulación de la estrategia de marketing. Segmentación estratégica y Posicionamiento competitivo.
- Desarrollo de las ventajas competitivas y de crecimiento. La analítica de datos predictiva en la búsqueda de la anticipación.
- Las claves del Marketing digital. E-business y e-commerce.

2. MARKETING ESTRATÉGICO II

- Estrategias de producto y gestión del portfolio. La diferenciación como eje principal de la ventaja competitiva. El proceso de personalización.
- Estrategias y tácticas en la fijación y gestión de precios. El impacto del e-commerce y la economía colaborativa.
- Plan de Comunicación.
- Particularidades del marketing de servicios.

3. BRAND MANAGEMENT

- Valor y arquitectura de marcas.
- Digital Brand Management y comportamiento digital del cliente.
- La construcción de la identidad de la marca y su consistencia cross-channel. Gestión de la reputación.

4. MARKETING DIGITAL I

- La transformación digital y el liderazgo GAFA.
- Comercio Digital.
- Owned – Earned – Pay. Estrategia Web.
- Marketing en Buscadores (SEO / SEM).

5. MARKETING DIGITAL II

- Inbound Marketing.
- Display Advertising.
- Estrategia Social Media. La necesidad de fidelizar y vincular en Internet.
- Aspectos legales.

6. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN COMERCIAL

- El nuevo rol de la estructura comercial en un entorno digital y con un enfoque omnicanal. Portfolio de clientes y procesos de concentración.
- Tomas de decisión sobre la mejor estructura comercial para implementar la estrategia. Fuerza de ventas propia y distribuidor.
- Dimensión de la fuerza de ventas. Productividad y eficacia.

7. PLANIFICACIÓN COMERCIAL

- Elección del modelo de venta. De la venta transaccional a la venta consultiva.
- Diseño y aspectos clave de la política comercial.
- Gestión y desarrollo de Clientes Estratégicos. Aprovechamiento del Big Data.
- Método y herramientas para la construcción de la propuesta de valor más relevante para el Cliente Estratégico.

8. GESTIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES DE ALTO RENDIMIENTO

- Liderazgo y gestión del cambio para equipos comerciales.
- Fijación de objetivos, seguimiento y alineación de los sistemas de remuneración.
- Políticas de captación, formación y motivación. Metodología “Agile” y soporte de herramientas digitales.

Profesorado

Un equipo docente que vive la realidad empresarial, que sabe aplicar la teoría a la realidad del día a día empresarial y a la orientación a resultados.

Nuestro equipo docente está formado, además de por los profesores del Claustro académico, por altos directivos y consultores, inmersos constantemente en negociaciones, proyectos *start-up*, fusiones, consejos de administración o *coaching* para directivos.

Para más información

Isabel Espinosa
iespinosa@ingaras.es
Tel. +34 963 252 041
Móvil +34 688 903 223
www.esade.edu/executive-education

Programa, fechas, importe y profesorado sujetos a posibles cambios. ESADE Business School se reserva, además, el derecho de cancelar este programa si considera que no se cumplen los requisitos necesarios para el éxito del mismo.