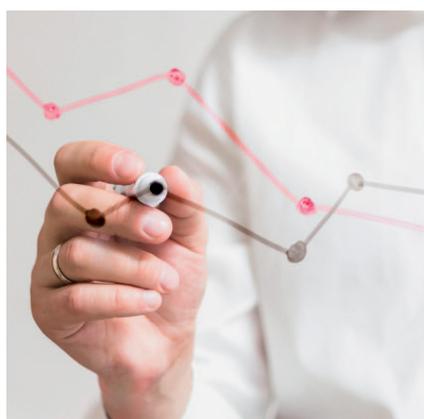
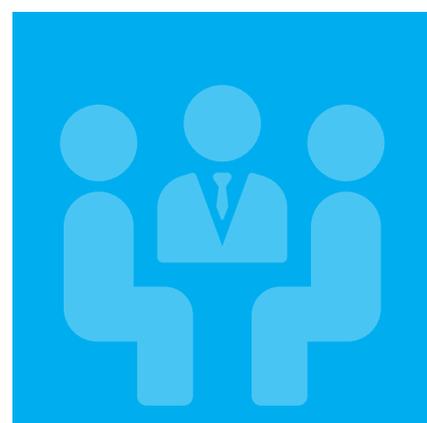




PROGRAMA INTERNACIONAL DE GESTIÓN COMERCIAL AVANZADA

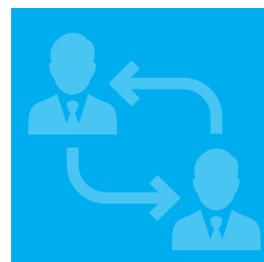
Advanced Sales Management Program

2020



Programa Internacional de Gestión Comercial Avanzada

20



20

El **Programa Internacional de Gestión Comercial Avanzada** tiene como objetivo mejorar y actualizar la gestión comercial de las empresas de alimentación y bebidas en su negocio internacional. De 6 jornadas de duración, está dirigido a empresarios y directores generales involucrados en las ventas internacionales, a directores internacionales, y a jefes y comerciales de exportación.

El desarrollo de las ventas internacionales es desde hace años la estrategia que más impacto tiene en el crecimiento de las empresas españolas de alimentación y bebidas. Sin embargo, lo que diferencia a las empresas que consiguen sus objetivos de las que no, no sólo es la dotación de recursos a su negocio internacional, sino también la capacitación del equipo comercial: las personas.

Por ello FIAB presenta este nuevo **Programa Internacional de Gestión Comercial Avanzada** para empresas de Alimentación y Bebidas, con una metodología muy práctica, y orientada a la acción y a la toma de decisiones comerciales. Está recomendado para los equipos internacionales que quieran actualizar y reforzar sus conocimientos y habilidades para alcanzar niveles de rendimiento superiores en la gestión comercial, tanto en el canal de la distribución moderna internacional como en el canal de distribuidores-importadores.

El **Programa Internacional de Gestión Comercial Avanzada** además profundiza específicamente en las habilidades de negociación, la cual es una competencia profesional clave para la ejecución comercial.

Mediante este programa, FIAB facilita a las empresas una solución a las necesidades de formación del departamento comercial internacional, en muchos casos desatendidas. Su contenido ha sido definido en colaboración con profesionales de gran experiencia comercial en empresas de alimentación, consultoría comercial y formación comercial.

Estructura del programa

El programa está estructurado para que el participante realice un recorrido de aprendizaje en las habilidades fundamentales de gestión comercial con foco en el canal de distribución moderna internacional, ya sea gestionado directamente o a través de importadores-distribuidores, con especial atención a las habilidades de negociación comercial.



Contenido del programa

Módulo 1. Key Account Management

Duración del módulo:
2 jornadas

Cómo gestionar los
clientes de distribución
moderna

Módulo 2. Channel Management

Duración del módulo:
2 jornadas

Cómo gestionar el canal
de distribución a través
de un importador

El programa completo se compone de tres módulos complementarios entre sí:

- **Características básicas de la distribución moderna**
Diferencias en los modelos de negocio de los retailers.
Gestión centralizada vs. gestión descentralizada.
 - **Category Management**
Que es una categoría de productos.
Estructura de la categoría y análisis fundamentales.
El lineal y el surtido. Lay-out, asignación y ubicación.
El rol de la categoría y sus implicaciones tácticas.
 - **Misión y principios del Key Account Management**
Responsabilidades, funciones.
El ciclo anual del Key Account Management
 - **El Plan del Cliente de Distribución Moderna**
Análisis de información y DAFO
Cuantificación: Objetivos y cuenta de resultados.
Las Palancas de crecimiento
El plan de acción.
 - **La Ejecución del Plan del Cliente**
El seguimiento y control.
La Gestión del punto de venta
Plan y presupuesto promocional
La Propuesta de Valor
El acuerdo comercial y la plantilla de condiciones.
-
- **Introducción**
Qué es un canal de distribución.
Venta Directa vs Venta con Importador
Qué es channel management. Sus funciones.
 - **El diseño del canal de distribución**
Arquitectura y dimensiones del canal.
La selección de distribuidores e intermediarios.
 - **Motivación e incentivación al canal**
Conceptos básicos. Qué es.
Los generadores de la motivación.
Acciones de incentivación más habituales.
 - **Coordinación y comunicación con el canal**
El Alineamiento Estratégico
Las Tres C's del Trabajo Conjunto
Acciones de comunicación y coordinación con las redes de ventas.
La interlocución con el distribuidor.
 - **Planificación de la estrategia para el canal**
La importancia de planificar.
Enfoque de la planificación estratégica.
El proceso de planificación.
 - **Seguimiento y control del canal**
El desempeño del distribuidor. Medición del desempeño.
El proceso de seguimiento y control
La Revisión de Negocio con el distribuidor.
 - **Gestión de conflictos en el canal**
Qué es el conflicto en el canal. Cómo se origina.
Modos de gestionar el conflicto en el canal.

Módulo 3. Negociación y argumentación comercial

Duración del módulo:
2 jornadas

- **Pre-work: Cuestionario de estilos de negociación**
 - Introducción y Objetivos**
Venta vs Negociación.
 - Cualidades y Factores de Influencia**
Inteligencia emocional
Marca personal
Argumentación
- **Role Play de presentación comercial**
 - El proceso de Negociación**
Factores de impacto.
La preparación de la negociación.
Contacto. Predisposición al beneficio mutuo
Posicionamiento.
Defensa/Cesión.
Cierre. Seguimiento
- **Role Play de negociación con un comprador de distribución moderna**
 - Estilos de Negociación**
Energías
Estilos
La claves: Conseguir el objetivo y mantener la relación
- **Role Play de negociación con un distribuidor-importador**

Método de formación

Los cursos se imparten de manera práctica y deductiva, completando los conceptos explicados con ejemplos reales. Se realizarán ejercicios, casos prácticos y roles plays, y a cada participante se le entregará el material necesario para el seguimiento y aprovechamiento de cada módulo. Las clases tendrán un formato de seminario participativo en el que el alumno deberá intervenir y dar sus opiniones en relación al tema expuesto. Para asegurar una dinámica formativa adecuada, en cada curso se ha definido un máximo de 15 participantes por curso.

Los profesores

Diego J Ruiz. Su especialidad son las ventas en el canal de distribución moderna internacional, con mucha experiencia en ejecución y definición de estrategias comerciales. Fue Senior Key Account Manager en Campofrío Food Group y Director de Ventas de Exportación en Campofrío y en Grupo Leche Pascual. Actualmente reside en Polonia y es fundador y director general de Foodmakers Sp. z o.o., una empresa polaca de comida preparada. Anteriormente, fue consejero delegado del grupo de alimentación polaco Pamapol SA. Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid y Máster en Dirección de Empresas por el ESIC.

Diego impartirá los módulos de Key Account Management y Channel Management. Puedes contactar con él en LinkedIn.

Alejandro Gutiérrez. Es consultor de estrategia comercial, de una trayectoria larga en el sector de alimentación FMCG español. Posee una dilatada experiencia en definición e implantación de estrategias comerciales y formación de equipos comerciales en empresas de alimentación FMCG españolas. Es fundador y director de Quattro C Analysis Consulting, y además ha desarrollado su carrera profesional en ACNielsen, IRI y Overlap. Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de San Pablo CEU.

Alejandro impartirá el módulo de Negociación y Argumentación Comercial. Puedes contactar con él en LinkedIn.

Empresas participantes en ediciones anteriores

En ediciones anteriores han participado directores y responsables de Exportación de las empresas de los siguientes sectores:

Sector Cárnico: Campofrío Food Group, Palacios Alimentación, COVAP, NICO Jamones.

Sector Lácteo: Nestlé, CAPSA, Entrepinares, Quorum Mediterranean Selection, Iparlat.

Sector Aceites y Aceitunas: Acesur, Sovena España, Agrosegvilla.

Sector del Dulce: Delaviuda, Valor, Haribo España, Almendra y Miel (Turrón 1880), Lacasa, Inés Rosales, Ibercacao.

Sector Bebidas: Hijos de José Bassols, Damm, D.O.P

Las fechas han sido definidas teniendo en cuenta el calendario de ferias internacionales de FIAB y del ICEX.

1^{er} módulo → 24 y 25 de Febrero

2nd módulo → 23 y 24 de Marzo

3^{er} módulo → 4 y 5 de Mayo

Precios por módulo →

- 980 € + 21% IVA- Empresas FIAB
- 1.050 € + 21% IVA- Empresas NO FIAB

Precio curso completo →

- 2.635 € + 21% IVA- Empresas FIAB
- 3.035 € + 21% IVA- Empresas NO FIAB

Condiciones de inscripción y precios

Inscripción

Para inscribirse en el curso, por favor rellene la ficha de inscripción on-line **aquí**. Para completar el proceso de inscripción es necesario realizar el ingreso en la siguiente número de cuenta antes del día 7 de febrero de 2020 :
IBAN: ES40 0081 0108 5800 0121 8325 del BANCO SABADELL
(cliente: FIAB EXTERIOR S.L.), con la referencia "Nombre empresa + Curso Gestión Comercial Avanzada" y enviar el comprobante de pago a: **i.martin@fiab.es**
Para cualquier duda o consulta póngase en contacto con Isabel Martín **i.martin@fiab.es**, **91 411 72 94 Ext.88**

Descuentos

- En caso de que se realice la inscripción de dos o más participantes de una misma empresa al programa completo (los 3 módulos) se aplicará un descuento del 15% para el segundo participante y sucesivos.
- A partir de la inscripción de dos o más participantes de una misma empresa a un mismo módulo, el descuento será del 10% para el segundo y sucesivos.
- Aquellas empresas que hayan participado en ediciones anteriores del programa, obtendrán un 5% de descuento para cada uno de los nuevos participantes.
- Estos descuentos son acumulables

Lugar de impartición del programa y horarios

Los cursos tendrán lugar en la sede de FIAB en la calle Velázquez 64, 3ª planta, Madrid, a tan sólo 20 minutos del aeropuerto de Barajas y a 10 minutos de la estación de Atocha. El horario de cada jornada será de las 9' 30h a las 14h y de las 15' 30h a las 18h.