

# Programa FIAB de Formación Comercial Internacional





## Programa FIAB de Formación Comercial Internacional 10ª Edición

El *Programa de Formación Comercial Internacional* es un programa orientado a mejorar las habilidades en la gestión comercial internacional de las empresas de alimentación y bebidas. De 7 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 constituye una estrategia de negocio con un gran potencial de impacto en los resultados. Y en la mayoría de los casos, lo que diferencia a las empresas que consiguen los resultados es la dotación de recursos así como la necesaria capacitación del equipo comercial internacional: las personas. Por todo ello, FIAB presenta este Programa de Formación Comercial Internacional para Empresas de Alimentación y Bebidas, cuya décima edición se impartirá durante el primer semestre de 2018.

El programa tiene como objetivo capacitar a los equipos comerciales de las empresas de alimentación y bebidas para gestionar eficazmente las ventas internacionales, con foco en el canal de la distribución moderna internacional. **La presente edición se ha enriquecido con la introducción del desarrollo de competencias sociales clave para el desempeño en los mercados internacionales: influencia y persuasión.** Los participantes tendrán la oportunidad de reflexionar sobre las cualidades fundamentales para la gestión de los negocios.

Mediante este programa, FIAB facilita a las empresas una solución a las necesidades de formación del departamento comercial internacional, en muchos casos desatendidas. El programa ha sido diseñado en colaboración con Quattro C Analysis Consulting, empresa de consultoría especializada en la definición y el despliegue de estrategias comerciales, tanto para el área internacional como el área nacional de las empresas de alimentación y gran consumo.

### 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.



► Gestión de la información

► Análisis de Mercado

► Detección de Oportunidades

► Planificación

► Ejecución y seguimiento

# Contenido del programa

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

1.

## COMPETENCIAS CLAVE PARA EL DESEMPEÑO EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES: MARKET STRATEGY DEFINITION, INFLUENCIA Y PERSUASIÓN

### 1. Competencias Técnicas vs Competencias Sociales

#### 2. Market Strategy Definition

- ▶ El consumidor-comprador. Comportamiento de compra. Segmentación de mercado por necesidades del consumidor
- ▶ El mercado. Esquema de análisis
- ▶ La Distribución Moderna. Su posicionamiento y análisis de su estrategia básica. Sus políticas de gestión de proveedores. Su gestión logística
- ▶ Las fuentes de información en los mercados internacionales:
  - ▶ ¿Por qué? ¿Para qué? ¿Cómo se usan?
  - ▶ El panel de detallistas. El panel de consumidores. Otras fuentes de información
  - ▶ Cómo seleccionar las fuentes de información adecuadas para nuestro negocio internacional

#### 3 Influencia y persuasión

- ▶ Conceptos de influencia y persuasión
- ▶ Cualidades (inteligencia emocional, marca personal y argumentación vs las leyes de persuasión)
- ▶ Test de inteligencia emocional

#### 4 . Plan de acción individual

Duración del módulo: 1 jornada de ocho horas

2.

## CATEGORY MANAGEMENT: CÓMO ANALIZAR UNA CATEGORÍA DE PRODUCTOS Y ESTABLECER ESTRATEGIAS DE VENTAS EN LA DISTRIBUCIÓN MODERNA

### 1.Introducción: una nueva relación de los fabricantes con los retailers

- ▶ La venta colaborativa y fact-based selling
- ▶ El enfoque al consumidor

### 2. Análisis del lay-out de una tienda

- ▶ La asignación de espacios y ubicación de las categorías en la tienda
- ▶ La estrategia del retailer en el punto de venta
- ▶ Los roles de las categorías y sus implicaciones
- ▶ Los criterios de clusterización de tiendas y sus implicaciones

### 3. El análisis de la categoría

- ▶ El árbol de decisión de compra de consumidor-comprador
- ▶ La segmentación de la categoría

### 4. Análisis de la implantación y el surtido de un lineal

- ▶ El planograma y la asignación de espacios
- ▶ La gestión de los surtidos

### 5. Análisis de la actividad promocional y marketing de un retailer

- ▶ Los folletos. Promoción de precio vs valor añadido
- ▶ La tarjeta de fidelidad. Las exhibiciones y cabeceras

### 6. La concreción de la oportunidad

- ▶ La definición de estrategias de diferenciación positiva en un retailer

### 7. Plan de acción Individual

Duración del módulo: 2 jornadas de ocho horas

## KEY ACCOUNT MANAGEMENT: CÓMO GESTIONAR A LOS CLIENTES DE LA DISTRIBUCIÓN MODERNA INTERNACIONAL Y SUS CENTRALES DE COMPRA

### 1. Características básicas de la distribución moderna

- ▶ Diferencias en el modelo de negocio de las enseñanzas de distribución moderna

### 2. Misión y principios del key account management

- ▶ Responsabilidades, funciones. El ciclo anual del key account management

### 3. El Plan del Cliente de Distribución moderna

- ▶ Análisis de información y del cliente
- ▶ Análisis DAFO
- ▶ Cuantificación: objetivos y cuenta de resultados
- ▶ Las palancas de crecimiento: implantación, surtido, promoción, fidelidad, exhibiciones, precio, cadena de suministro
- ▶ Plan de Acción

### 4. La ejecución comercial del Plan Cliente a través de su organización

- ▶ Seguimiento y control. La revisión de negocio
- ▶ La gestión comercial en el punto de venta
- ▶ El plan y el presupuesto promocional
- ▶ La propuesta de valor
- ▶ El acuerdo comercial (la plantilla de condiciones)

### 5. La implantación del modelo de key account management

- ▶ Implicaciones para la empresa y recursos necesarios

### 6. Plan de acción individual

Duración del módulo: 2 jornadas de ocho horas

## CHANNEL MANAGEMENT: CÓMO GESTIONAR AL IMPORTADOR-DISTRIBUIDOR Y EL CANAL DE VENTA INDIRECTO

### 1. Introducción

- ▶ Qué es un canal de distribución. Venta Directa vs Venta con Importador
- ▶ Qué es channel management. Las funciones del channel management

### 2. Diseño del canal de distribución

- ▶ Arquitectura del canal. Dimensiones del canal de distribución
- ▶ La selección de distribuidores e intermediarios en el canal de distribución

### 3. Motivación e incentivación al canal

- ▶ Los generadores de la motivación
- ▶ Acciones de incentivación más habituales
- ▶ Acciones Correctoras

### 4. 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 del canal

### 5. Planificación de la estrategia para el canal

- ▶ Enfoque de la planificación estratégica
- ▶ El proceso de planificación

### 6. 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

### 7. Gestión de conflictos en el canal

- ▶ Qué es el conflicto en el canal. Cómo se origina
- ▶ Modos de gestionar el conflicto en el canal. Áreas de conflicto más habituales

### 8. Plan de acción individual

Duración del módulo: 2 jornadas de ocho horas





- ▶ Las empresas pueden inscribirse al programa completo, o a cada módulo de manera independiente.
- ▶ Las inscripciones se atenderán por riguroso orden de llegada.
- ▶ En caso de que se realice la inscripción de dos o más participantes de una misma empresa al programa completo (los 4 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.
- ▶ El precio incluye el café de las pausas y los almuerzos. Los gastos de desplazamiento y alojamiento de los participantes serán por cuenta de cada empresa.

## Inscripción

Para inscribirse en el Programa, 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 11 de mayo de 2018**: IBAN: ES40 0081 0108 5800 0121 8325 del BANCO SABADELL (cliente: FIAB EXTERIOR S.L.), con la referencia "Nombre empresa + Programa Formación Comercial Internacional 2018" y enviar el comprobante de pago a: [j.vallado@fiab.es](mailto:j.vallado@fiab.es)

Para cualquier duda o consulta póngase en contacto con Jaime Fernández del Vallado, [j.vallado@fiab.es](mailto:j.vallado@fiab.es), 91 411 72 94 Ext.29

NOTA INFORMATIVA: Este programa formativo puede ser bonificable con cargo al crédito para la formación del que disponen las empresas para la formación de sus trabajadores. El programa formativo es impartido por FIAB, que figura inscrita en el registro de entidades de formación. Cada empresa puede tramitar la gestión en el aplicativo de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo por sí misma o solicitar el servicio a FIAB.

## Lugar de impartición del programa y horarios

Los módulos 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 19h.

Velázquez, 64, 3ª / 28001 Madrid / T +34 91 411 72 94 / [www.fiab.es](http://www.fiab.es)