

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing y Ventas

OBJETIVOS

- » Incidir en la importancia que las estrategias sobre precios tienen para la compañía orientadas a la consecución de sus objetivos.
- » Analizar la incidencia que tiene cada uno de los factores, tanto externos como internos, que inciden en la determinación de la política de precios de la compañía.
- » Presentar los aspectos clave de la gestión y negociación de precios en función de los distintos perfiles de los clientes de la compañía y de las distintas zonas en las que esta opera.
- » Resaltar el papel trascendental de la política de precios para la consecución de los dos objetivos básicos de toda empresa: rentabilidad y liquidez.

PROGRAMA - FASES

- » El concepto de precio.
- » Política y estrategia de precios.
- » El mercado y el entorno VS los precios.
- » El posicionamiento respecto al precio.
- » El precio y los objetivos empresariales.
- » Estrategias de fijación de precios.
- » Gestión y negociación de precios.
- » Las estrategias de precios y los territorios.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirección General. Director de Marketing. Director Comercial. Director de Compras. Responsable de Pricing. Responsable de Ventas. Responsable de Productos.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*