

# EL MARKETING EN LA DIRECCIÓN DE VENTAS

**GLOBAL\_**  
**THINKING**  
GLOBAL LEADERS\_

**SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.**

**FORMATO: Presencial**

**ÁREA: Ventas**

## OBJETIVOS

- » Conocer el Marketing, sus actuaciones en el Canal a través del Trade Manager y del Category Manager con la Gestión de Categorías y el Merchandising como herramientas de negocio y de comunicación en el Punto de Venta.

## PROGRAMA - FASES

- » La distribución y el marketing de la distribución (Trade Marketing).
  - » Las actuaciones sobre la organización de los distribuidores. Trade Manager y Category Manager.
  - » El marketing en los puntos de venta: atracción, rentabilidad y retención de Clientes
  - » La gestión de Categorías y el Merchandising.
- » Marketing one to one y la gestión de ventas.
  - » Premisas y conceptos clave.
  - » Cómo orientar el departamento comercial al one to one.
  - » Fidelización: elementos condicionantes. Cómo crear costes de salida en los clientes desde el departamento de ventas.
  - » Carterización.

## METODOLOGÍA

### **PRESENCIAL:**

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

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directores y Mandos comerciales que deseen integrar las herramientas de Marketing.

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