

CURSO COMO CREAR UN PLAN COMERCIAL ADAPTADO A MI NEGOCIO

▪ **EMPRESA / PROFESIONAL QUE IMPARTE EL CURSO:**

Javier Rocamora García

▪ **TEMA DEL CURSO:**

Cómo crear un Plan Comercial adaptado a mi negocio

▪ **OBJETIVOS A CONSEGUIR:**

- Identificar los aspectos clave del plan comercial de una empresa
- Planificar la estrategia para llegar al segmento del mercado escogido.
- Estimar la previsión de ventas de la empresa.
- Aprender a definir objetivos realistas de ventas.
- Desarrollar una metodología de control comercial

▪ **Nº DE HORAS:**

Este curso consta de 12 horas

▪ **REQUISITOS PROFESORADO:**

Nivel Académico

Titulación universitaria o, en su defecto, capacitación profesional equivalente en la ocupación relacionada con el curso.

Nivel Pedagógico

Formación metodológica o experiencia docente.

▪ **CÓDIGO DEL CURSO:**

12/1S/2017

▪ **LUGAR DE IMPARTICIÓN:**

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santiago de Compostela

▪ **FECHAS DEL CURSO:**

Este curso se realizará del 27 al 30 de marzo de 2017

▪ **HORARIO DE LAS CLASES:**

Las clases se impartirán en horario 18.00 a 21.00 horas.

▪ **IMPORTE DEL CURSO:**

El importe de este curso es de 70€

-20% Asociados a la Cámara.

-10% Matrículas anticipadas (hasta 10 días antes de la fecha de inicio).

▪ **TITULACIÓN NECESARIA:**

No es necesaria titulación para asistir a estos cursos, pero si es conveniente tener unos conocimientos básicos para poder seguirlos con eficacia.

▪ **ASISTENCIA MÍNIMA REQUERIDA PARA OBTENER EL DIPLOMA:**

Los alumnos que superen positivamente los cursos, asistiendo como mínimo al 75% de las clases, se les otorgará un diploma o certificado, según los casos, dependiendo del contenido y la duración del curso.

▪ **PLAZOS DE FORMALIZACIÓN DE MATRÍCULA:**

La inscripción en los cursos podrá formalizarse hasta tres días antes del inicio de los cursos, siempre y cuando existan plazas, ya que éstas son limitadas.

▪ **PLAZOS DE CANCELACIÓN DE MATRÍCULA:**

Las cancelaciones que se realicen antes de cinco días del inicio de cada curso o seminario serán reembolsadas.

Si la cancelación se realiza dentro de los cinco días anteriores al inicio del curso y dicha cancelación es debida a fuerza mayor o causa debidamente justificada, se procederá igualmente a la devolución del importe de la matrícula siempre y cuando se justifique convenientemente.

▪ **CONDICIONES DE ANULACIÓN POR PARTE DE LA CÁMARA:**

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santiago de Compostela se reserva el derecho de anular cursos si no se cuenta con el número mínimo de alumnos matriculados.

▪ **PROGRAMA DEL CURSO:**

Módulo 1: Qué es un plan comercial y qué debe contener (2 h)

- Qué es un plan comercial y cómo se integra en el plan de negocio
- Qué no es un plan comercial: Diferencias y relación con el plan de marketing y el plan de negocio.
- La difusa frontera entre el plan comercial y el de marketing.
- Partiendo de cero: Los pilares para construir el plan.
- Producto, cliente y canales de comercialización.
- Target o cliente objetivo.
- Temporalización del plan y revisiones.
- Segmentación del mercado.
- Objetivos de ventas y desglose de los mismos.
- Seguimiento y control de las ventas.
- Revisiones y cambios en la estrategia.
- Adecuación del plan a los recursos disponibles.
- Equipo comercial como pilar básico del plan.
- Persona responsable del plan comercial y su relación/ coordinación con otros roles en la empresa.

Módulo 2: Fundamentos de marketing (4h.)

- Las 4+1 "P" del Marketing: Product, Price, Place, Promotion + Personas
- Atributos de la marca y del producto. Imagen de marca.
- Diferentes estrategias de marca en relación al producto.
- Técnicas de fijación y control de precios.
- Control del mercado y la competencia.
- Identificación de nichos de mercado.
- Definición de mensaje en función del nicho de mercado y el cliente objetivo.
- Creación de reputación online: Haz que hablen de ti.
- Integración de internet y las redes sociales en tu estrategia de marketing.
- Técnicas de marketing aplicables a tipos de producto/servicio.
- Pautas para el diseño y creación de una campaña.
- Cómo gestionar adecuadamente las promociones, ofertas y rebajas.
- Street marketing, marketing de guerrilla, marketing viral.... Hazte visible!
- ¿Cómo me diferencio de mi competencia?
- La gran pregunta: ¿Por qué tengo que comprarte a ti?

Módulo 3: Cómo elaborar un plan comercial (6 h.)

- Criterios para la definición del target en cooperación con el plan de marketing.
- Diferentes estrategias posibles de abordaje del mercado. Diversificación, líneas de negocio y canales de comercialización.
- ¿Qué somos en el mercado? ¿Pioneros, líderes, seguidores, producto de nicho? Cómo afrontar un plan comercial en cada caso.
- Estrategias y criterios de segmentación: En función del target, geográfica, por líneas de producto, por tamaño de cliente, sistemas matriciales...
- Definición de fases del proceso de venta: Prospección del mercado, identificación de leads, lead nurturing, presentación, negociación y cierre de ventas. ¿Cuáles son nuestras necesidades en cada caso?
- La atención al cliente y la posventa como parte de la estrategia comercial.
- ¿Es el plan de marketing parte del plan comercial?
- Cómo apoyarnos en el marketing para dar el salto al mercado.
- Cómo definir objetivos de ventas: Diferentes técnicas y uso de la estadística.
- Organización del equipo comercial: Diferentes modelos para diferentes tipos de empresa.
- Formación básica del equipo comercial: La técnica de ventas.
- Técnicas de control de la actividad comercial y las ventas.
- Canales de comercialización offline y online.
- El futuro ya está aquí: Integración de online y offline (Omnichannel)