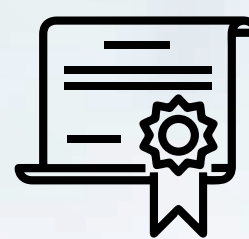


CERTIFICACIÓN EN Gerencia de

MARKETING Y VENTAS B2B

TRANSMISIÓN
A TRÁVES DE



**DOBLE
CERTIFICACIÓN**



Presentación

Este certificado tiene por objetivo entregar las herramientas para la gestión de marketing y ventas en el mercado B2B.

Se hará incidencia en la propuesta de valor, las herramientas de transformación digital, la fijación de precios así como una adecuada determinación del plan de ventas para una correcta gestión con los clientes.



Participantes

Gerentes Generales, Gerentes Comerciales y de Marketing que estén en el negocio B2B o que quieran ingresar a explorar estos mercados.

Duración

El programa completo consta de cuatro seminarios online (cada seminario de 6 horas) con una duración total de 24 horas.



Los participantes obtendrán



DOBLE
CERTIFICACIÓN POR:

✓ **ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS**

TOP 5 en Latinoamérica*, entre las escuelas de negocio más importantes y N°1 en Perú.

**Ranking MBA Latinoamérica 2019 de América Economía*

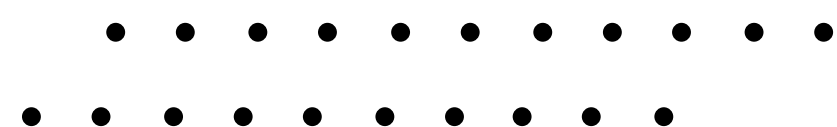
✓ **CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA**

Gremio empresarial más grande de Perú y referente a nivel de Latinoamérica con más de 15,000 empresas asociadas.

Esta es una oportunidad única para obtener una doble certificación, la inscripción y asistencia incluye:

- ✓ Certificado de participación(**)
- ✓ Material de clase

(**) Para la obtención del certificado se requiere la asistencia del participante durante el total de la duración de la certificación.



Aprénderas

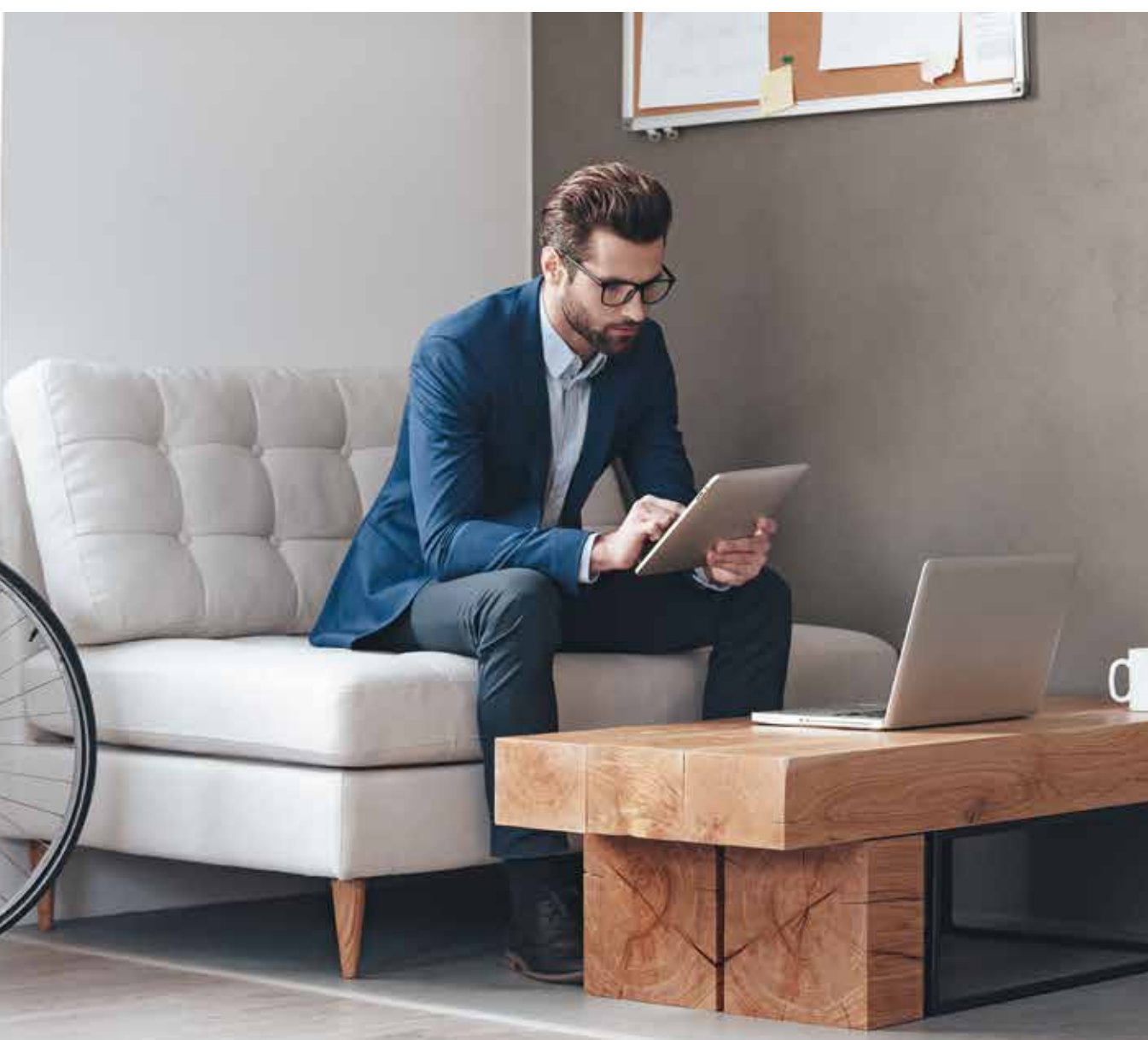
SEMINARIO 1

Marketing **B2B**: Retos y tendencias



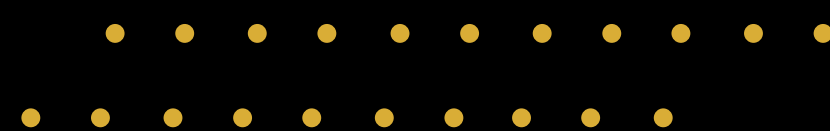
Objetivo

Entender los principales impactos de la crisis en los mercados B2B y sus implicancias futuras, el curso nos ayudará a entender los efectos en el corto y mediano plazo, así como la elaboración de un plan de recuperación post COVID-19. La necesidad de ampliar el portafolio de productos, en algunos casos o racionalizarlo en otros, para adaptarlos a la "Nueva realidad" es una necesidad de las empresas. La necesidad de tener un plan de crisis, así como los principales indicadores para su medición se ha revelado como un instrumento necesario para las empresas, por lo que al estudiar el impacto de la crisis entenderemos las principales dimensiones a tener en cuenta para elaborar nuestro plan de crisis.



Temario:

- Amplitud del mercado Business to Business y retos Post-Pandemia. Desarrollo de una cultura adaptativa, plan de crisis - ¿Lo tenemos?
- Estrategias de "Primera Fase" (en un entorno de crisis como el actual): Digitalización frente al nuevo consumidor, Hiperconexión y Omnicanalidad del nuevo consumidor - Retos y Tendencias.
- Estrategias de "Segunda Fase": Como formular mi largo plazo en la crisis y Estrategias B2B en la "Nueva Normalidad".
- Impacto de los protocolos de seguridad en la gestión de los clientes.
- La comunicación Líquida y la necesidad de empresas híbridas en la "Nueva Normalidad".



Aprénderas

SEMINARIO 2

Transformación digital en **B2B**

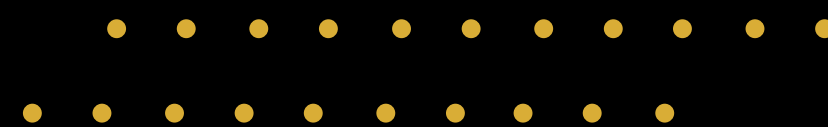


Objetivo

La Transformación Digital llegó para quedarse y es de vital importancia que las empresas ingresen rápidamente en ella. La propuesta de este seminario es revisar algunos conceptos claves del mundo digital en las empresas B2B y cómo empezar una transformación de este tipo.

Temario:

- ¿Qué significa la Transformación Digital en B2B?
- Características de la empresas digitales.
- Estrategia Digital de Marketing B2B.
- Importancia del CRM en B2B.
- Key Account Management.
- Virtual Selling y Account Based Marketing (ABM).



Aprénderas

SEMINARIO 3

Oferta de valor y pricing en el mercado B2B



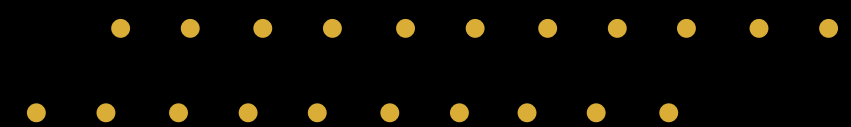
Objetivo

Definir la oferta de valor para un adecuado portafolio de precios y encontrar el punto en el cual tanto la empresa como el cliente sientan que el intercambio de valor generado es favorable para ambos.



Temario:

- Definición de la oferta de valor.
- Calculo de precios y beneficios para el ofertante.
- Ecuaciones de valor para el comprador.
- Método practico para encontrar el equilibrio entre precio de venta y valor de compra.



Aprénderas

SEMINARIO 4

Planificación y Gestión de Ventas B2B

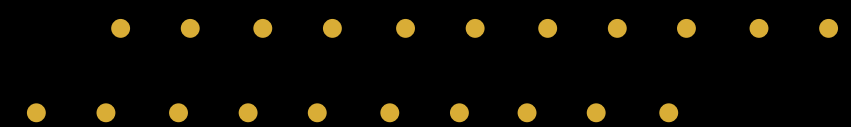


Objetivo

Proveer los fundamentos necesarios para la formulación y diseño del plan de ventas de una empresa B2B, relacionándolo con las estrategias de ventas, el proceso para su implementación, definiendo las métricas de control y su estructura de soporte.

Temario:

- La dirección de ventas, su vinculo con el plan de marketing, las finanzas y las operaciones.
- Entender el proceso de venta en los mercados industriales.
- Formación y dirección de la fuerza de ventas B2B.
- Planeación y evaluación portafolio de productos.
- Gestión de cuentas clave y de las relaciones con los clientes.



Profesores



Jorge Merzthal Toranzo

PhD en Administración y Dirección de Empresas ESADE Barcelona España. Ingeniero de Soldaduras CESOL – España. Maestría en Administración-Universidad del Pacífico. Maestro en Tecnologías de Información-Instituto Tecnológico de Monterrey, México. Posee también un Diploma de Estudios Avanzados (DEA) por la Universidad Ramon Llull de Barcelona. Estudios de TQM en Japón, y programas de especialización en Administración y Ventas en Antipollis (Francia), Copenhagen Business School en Dinamarca y Free University en Holanda. **Cuarenta años de experiencia en los mercados industriales de Perú y la región latinoamericana. Director de empresas en Perú Chile y Colombia**, se ha desempeñado como Gerente comercial y Director Comercial en el sector Industrial de empresas del grupo Brescia, ha sido Gerente General de la empresa SOLDEX S.A., M.D. (Manager Director) South América Pacífico del Grupo Americano ESAB-COLFAX, Director de Operaciones de Sud América del Grupo Americano ESAB-COLFAX. Actualmente tiene a su cargo la dirección de programas para el sector B2B y es asesor de la alta dirección de ESAB-COLFAX.



Cesar Cam Gensollen

Doctorando en Ciencias de la Administración de la Universidad ESAN, Magíster en Investigación de las Ciencias Administrativas por la Universidad ESAN, MBA por la Universidad UPC, especialización en dirección comercial y liderazgo en el PAD de la Universidad de Piura. Ingeniero Industrial por la Universidad de Lima. **Cuenta con más de 30 años de experiencia en empresas líderes del mercado B2B**, como Huawei y Telefónica del Perú. Actualmente, se desempeña como socio fundador y CEO de C4C Business Solutions, empresa de consultoría especializada en Transformación Digital y Big Data.



Ethel Abigail Bazan Asencios

Ingeniera Electrónica con **más de 20 años de experiencia en soluciones TIC para el segmento B2B**, desde large enterprise hasta mediana y pequeña empresa. Posee un importante back ground técnico, experiencia en pre-venta consultiva, gestión e implementación de proyectos, un amplio conocimiento de marketing y productos de servicios digitales así como experiencia en ventas en el sector corporativo en diferentes mercados y regiones de Latam.

Profesores



Juan Guardia Gallegos

Ingeniero Mecánico de la PUCP. Ingeniero de Soldaduras por CESOL de España. Magister en Marketing de ESAN especializado en Marketing B2B. **Más de 25 de años de experiencia, con conocimiento de los mercados de Perú, Chile, Colombia, Argentina, Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Bolivia y El Salvador**, ha sido jefe de Línea de la empresa Fontargem Latinoamericana SA, Jefe del área de Automatización y Maquinaria de Soldadura, y luego Gerente de Producto en la empresa Soldexa, Jefe de Producto Industrial en ESAB Chile, actualmente es Gerente de Ventas de la empresa Air Products. Conocimiento de mercado minero de Perú y Chile.



Jorge Valderrama Moran

MBA por ESAN GSB. Bachiller en Ingeniería Industrial por la Universidad de Lima. Estudios en Planeamiento y Control, Gestión de Proyectos y de Procesos, Comercialización y Marketing. **Experiencia de más de 20 años en cargos ejecutivos y dirección de empresas en los sectores Petrolero, Inmobiliario e Industrial, así como en Consultoría y Asesoría empresarial.** Sus responsabilidades han incluido el mantenimiento y desarrollo de mercados industriales (B2B) y de retail, la estrategia y gestión de negocios, la innovación y emprendimiento. Actualmente es responsable del Centro de Operaciones Logísticas de ESAN, coordina el desarrollo de programas para el sector B2B, así como la Calidad e Innovación en ESAN GSB.

Información del programa

Inicio
15 JUNIO 2021
7:00 pm a 10:00 pm

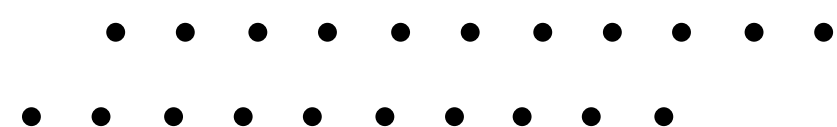


Duración
24 Horas



Modalidad
Online - En vivo
(no es grabado)

GESTIÓN COMERCIAL Y FINANCIERA PARA PYMES	HORAS	DOCENTES	FECHA 1	FECHA 2
Seminario 1: Marketing B2B: Retos y tendencias	6	Jorge Merzthal Toranzo	Martes 15/06/2021	Jueves 17/06/2021
Seminario 2: Transformación digital en B2B	6	Cesar Cam Gensollen / Ethel Bazam	Martes 22/06/2021	Jueves 24/06/2021
Seminario 3: Oferta de valor y pricing en el mercado B2B	6	Juan Guardia Gallegos	Jueves 01/07/2021	Martes 06/07/2021
Seminario 4: Planificación y Gestión de Ventas B2B	6	Jorge Valderrama Moran	Jueves 08/07/2021	Martes 13/07/2021



Inversión (Incl. IGV):

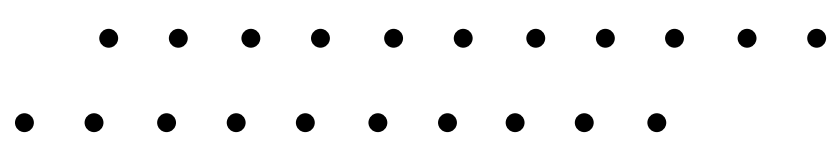
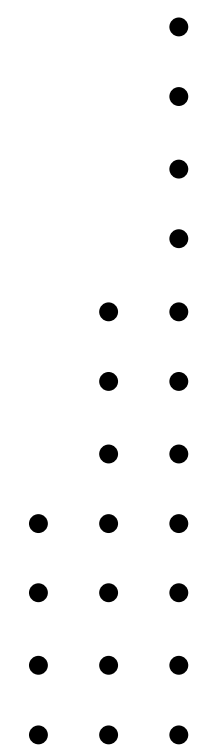
La doble certificación (incluye los 4 seminarios) tiene un costo de S/ 2,000 precio general, sin embargo, tenemos algunos descuentos:

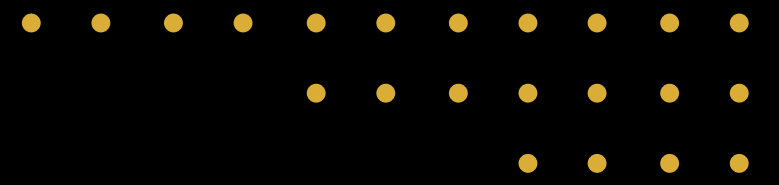
	PRECIO CERTIFICACIÓN	
	General	Socio CCL
INVERSIÓN	S/ 2000	S/ 1600
PREVENTA	S/ 1700	S/ 1360

*Pre venta: Válido hasta el 30 de Mayo

Si desea ingresar sólo a un seminario la inversión es

	PRECIO 1 SEMINARIO	
	General	Socio CCL
INVERSIÓN	S/ 500	S/ 400





Informes e Inscripciones:

Ejecutiva de Negocios: **Maricela Quinto**

Email: **mqinto@camaralima.org.pe**

WhatsApp: **936 542 459**

