

**CCLM** ESCUELA DE **ventas & marketing**

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA



**TALLER**

# PLAN COMERCIAL DE MARKETING Y VENTAS 2022

TRANSMISIÓN  
EN VIVO POR







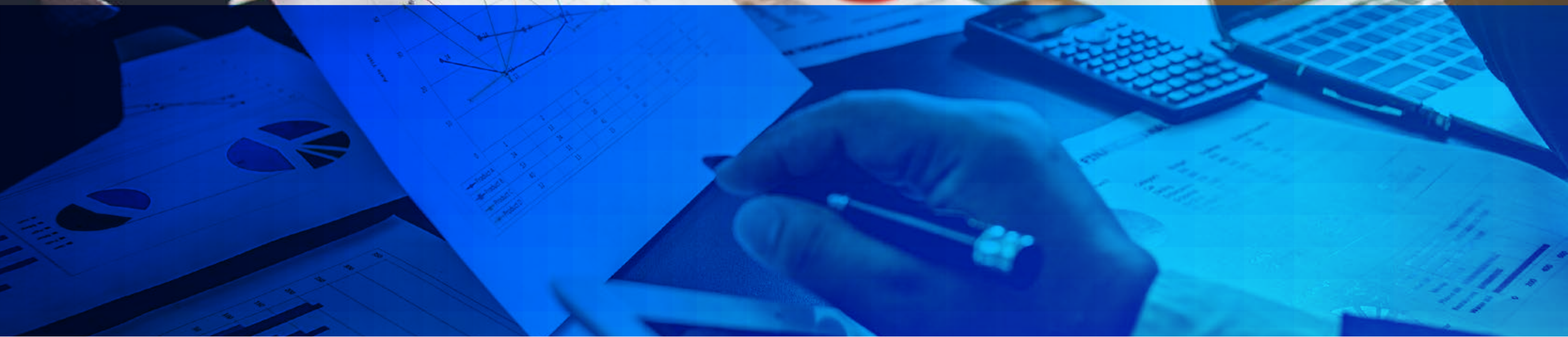
## ➤ Introducción

📌 Hay una frase que dice: “Si no sabemos adónde vamos, terminaremos en cualquier lugar,” y esto nos marca la importancia del planeamiento en general, que tiene que ver con la fijación de objetivos, la determinación de la metodología que necesitamos y las actividades necesarias para llevar a cabo dicho plan, enmarcados siempre en procesos que le dan a los empleados un lenguaje común y seguro de como trabajar.

Por otro lado, la experiencia nos enseña que no basta con tener objetivos y cursos de acción magníficos en la cabeza; sino, que es necesario ponerlos en plasmarlos en un documento que los contenga que se conoce como “plan” o “proyecto.”

El área comercial, que está compuesta por marketing y ventas, es clave dentro de la empresa porque por un lado desde el área de Marketing se brindan las pautas a seguir teniendo como centro el comportamiento y motivaciones del consumidor y por otro lado, ventas nos permite asegurar la colocación de nuestros productos a disponibilidad de los clientes.

Finalmente, hoy dada la coyuntura, la relevancia del mundo digital se ha incrementado y los que mejor exploten este entorno serán quienes logren los mejores resultados.



## ➤ Objetivo principal

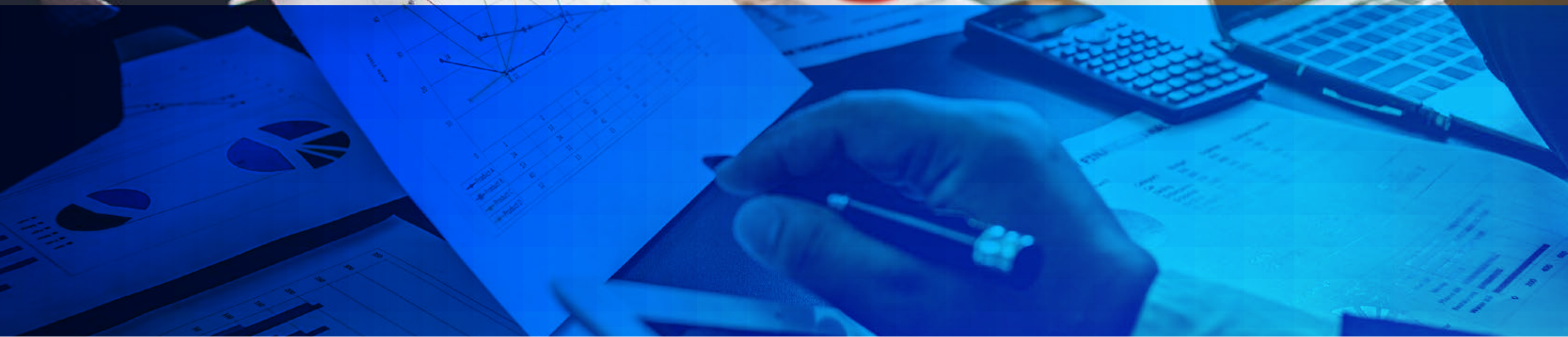
- 📌 Desarrollar un plan de trabajo estructurado que permita a la empresa lograr sus objetivos comerciales y de rentabilidad.

## ➤ Objetivos secundarios

- 📌 Profundizar en el análisis de cliente para afinar la propuesta comercial
- 📌 Determinar limitaciones / riesgos y como superarlos
- 📌 Apalancarnos en las fortalezas de la empresa y oportunidades actuales del mercado
- 📌 Determinar planes específicos por grupos de clientes
- 📌 Determinar planes específicos por territorio y vendedor
- 📌 Determinar el plan de acciones







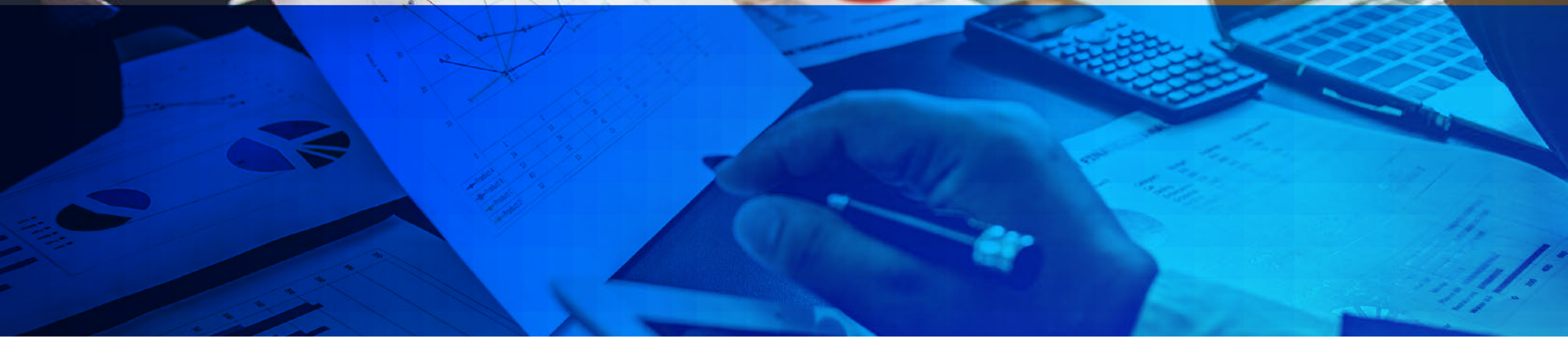
## ➤ Dirigido:

- 👤 Gerente General, Gerente Comercial, Gerente de Marketing, Gerente de Ventas y Empresarios en General.

## ➤ Certificación:

A nombre de

**CCL** | CÁMARA  
DE COMERCIO  
LIMA  
La Fuerza de los Empresarios



## ➤ Temario

### 📌 **Módulo I: ANÁLISIS DEL CLIENTE / USUARIO:**

1. Necesidades del cliente / usuario
- 2 Segmentación
- 3.Tendencias de Consumo
4. Investigación de Mercado
  - Cualitativa
  - Cuantitativa
5. Diseño e investigación de productos/ servicios centrados en el usuario
6. El "buyer" persona
7. Análisis de insights de cliente
8. Funnel de consumo





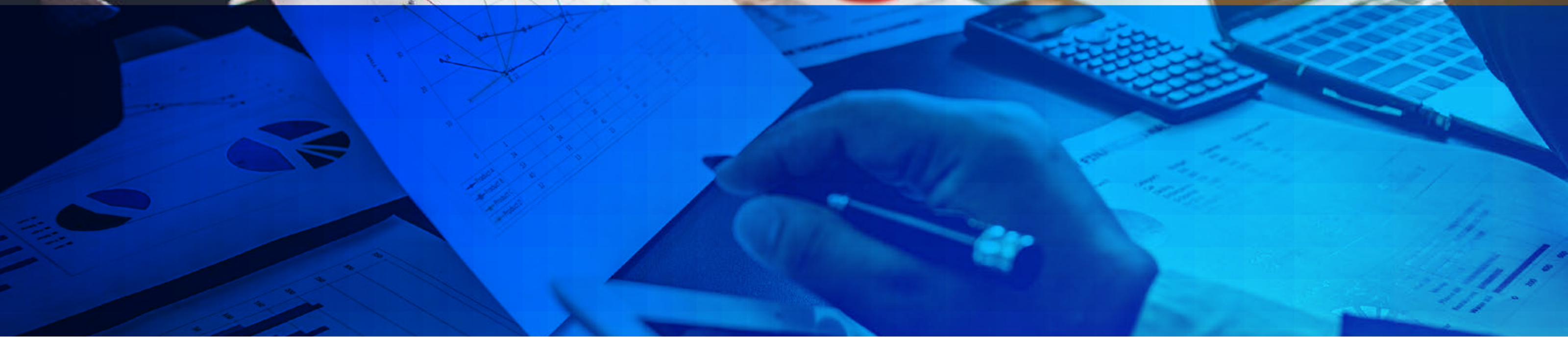


## ► Temario

### Módulo II: DIAGNOSTICO COMERCIAL:

1. Contexto de Mercado.
2. Canales de Venta
3. Diferenciación de Productos y Servicios
4. Modelo Push - Pull
5. Posicionamiento de Marca
6. Análisis de “bloqueos” en área comercial
7. Análisis de la empresa:
  - Fortalezas
  - Debilidades
  - Amenazas
  - Riesgos
8. Planes operativos:
  - Clientes para recuperar
  - Nuevos clientes para ganar
  - Clientes clave a fidelizar
  - Nuevos productos / servicios a vender





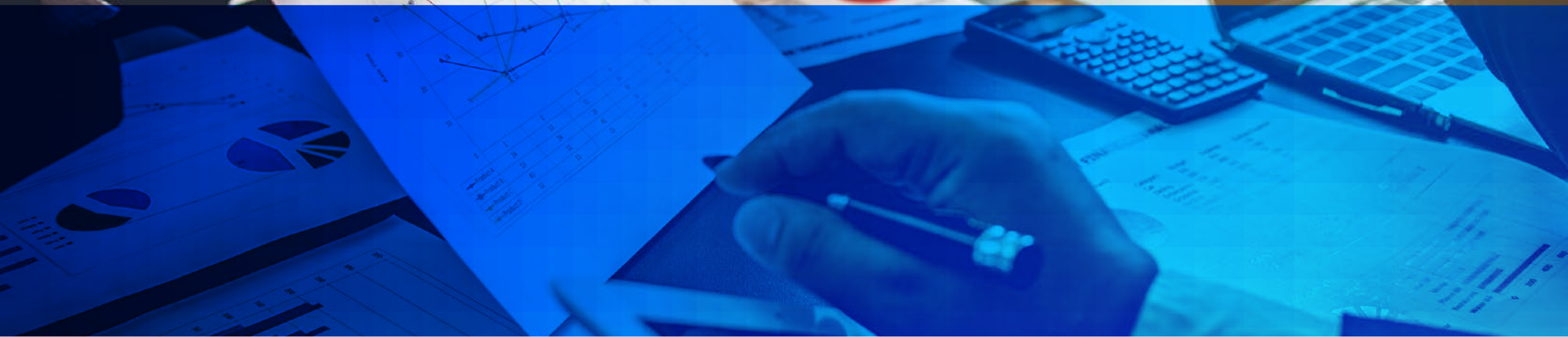
## ➤ Temario

### 📌 Módulo III: PLAN DE MARKETING:

1. Objetivos de Marketing
2. Definición de Metricas
3. Posicionamiento de Marca & Propuesta de Valor
4. Estrategia de Precios / Canales de Venta
5. Estrategia de Comunicación
6. Plan & Presupuesto de Marketing
  - Utilidades generadas por el cliente a lo largo de su ciclo de vida
  - Costo de ganar un cliente
  - Costo de perder cliente
  - Planes de medios y campanas







## ➤ Temario

### 📌 Módulo IV: PLAN DE VENTAS :

1. Objetivos de Ventas
2. Definición de Metricas
3. Segmentación de Cliente.
4. Capacitacion a fuerza de venta
5. Análisis cartera de clientes / territorios:
  - Estructura de cartera
  - Estrategia de hitos
  - Estructura de remuneraciones
  - Planes de fidelización / retención / captura por vendedor
6. Gestión de cuadro de resultados.
7. Tablero de Control



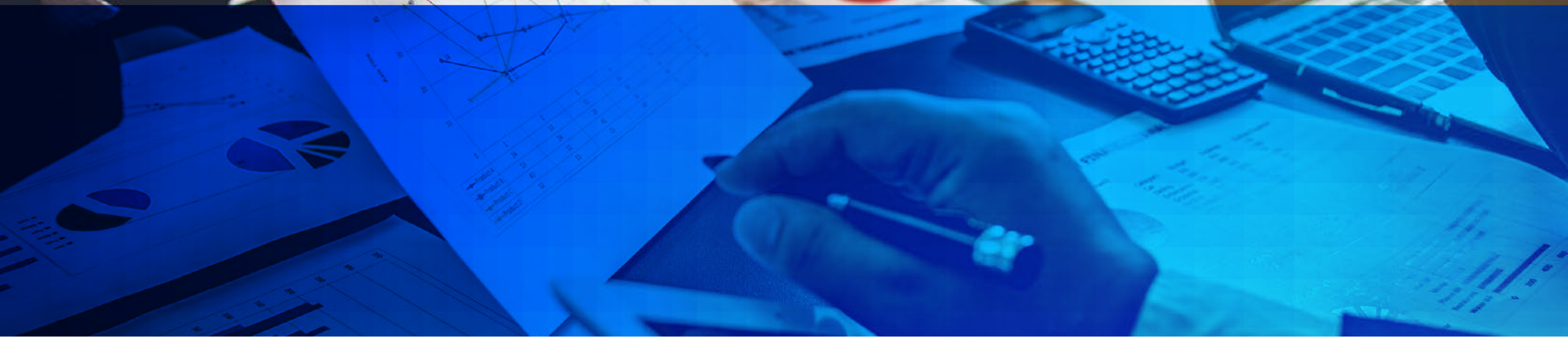


## ➤ Expositor



**PONENTE:**  
**MBA ING. EDUARDO  
MOGROVEJO**

- 📌 MBA por ESAN. Especialización en Innovación Corporativa de la Universidad de Stanford. Ingeniero Industrial por la Universidad de Lima. Cuenta con más de quince años de experiencia comercial en las industrias de Tecnología, Construcción, Servicios de Información y Consultoría. Ha sido gerente de desarrollo de mercado para Intel Corporation en Perú. Ha promovido programas corporativos y gubernamentales en ciencia, tecnología e innovación en Perú, Uruguay y Chile. Asimismo, ha sido expositor en eventos nacionales e internacionales en Perú, Chile, Costa Rica y Estados Unidos.



## > Inversión

### PRE VENTA:

**Inversión**  
Incluye. IGV

Socio CCL  
**50% DSCTO**

**General**  
**S/ 600.00**

Dscto. Corporativo a partir de 3 participantes.



 Solicita tu diagnóstico con nuestro equipo comercial para que te indiquen los pasos y condiciones.



CCLIMA ESCUELA DE  
ventas &  
marketing

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA

INFORMES E  
**INSCRIPCIONES:**



981 218 001



[jmoretti@camaralima.org.pe](mailto:jmoretti@camaralima.org.pe)