

[Programa FLAB de Formación Comercial Internacional 2015]

01010001010100010000101
1110100100010101110100101
10100101001000101010
000010100101010100
010101001010101010
0010101001010010
0101101000101010



Programa FIAB de Formación Comercial Internacional 8ª Edición

El *Programa de Formación Comercial Internacional* es un programa orientado a mejorar las habilidades en la gestión comercial internacional de las empresas de alimentación y bebidas. De 7 jornadas de duración, está dirigido a empresarios y directores generales involucrados en las ventas internacionales, a directores internacionales, y a jefes y comerciales de exportación.

En el entorno de crisis actual, el desarrollo de las ventas internacionales constituye una estrategia de negocio con un gran potencial de impacto en los resultados. Y en la mayoría de los casos, lo que diferencia a las empresas que consiguen los resultados es la dotación de recursos así como la necesaria capacitación del equipo comercial internacional: las personas. Por todo ello, FIAB presenta este Programa de Formación Comercial Internacional para Empresas de Alimentación y Bebidas, cuya cuarta edición se impartirá durante el primer semestre de 2015.

El programa tiene como objetivo capacitar a los equipos comerciales de las empresas de alimentación y bebidas para gestionar eficazmente las ventas internacionales, con foco en el canal de la distribución moderna internacional. En esta 6ª edición, se profundiza en la gestión de importadores-distribuidores como pieza clave en la ejecución de la estrategia internacional.

Mediante este programa, FIAB facilita a las empresas una solución a las necesidades de formación del departamento comercial internacional, en muchos casos desatendidas. El programa ha sido diseñado en colaboración con Quattro C Analysis Consulting, empresa de consultoría especializada en la definición y el despliegue de estrategias comerciales, tanto para el área internacional como el área nacional de las empresas de alimentación y gran consumo.

Estructura del programa

El programa está estructurado para que el participante realice un recorrido de aprendizaje en las habilidades fundamentales de gestión comercial con foco en el canal de distribución moderna internacional, ya sea gestionado directamente o a través de importadores-distribuidores.



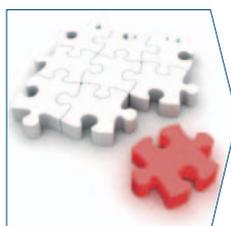
>> Gestión de la información



>> Análisis de Mercado



>> Detección de Oportunidades



>> Planificación



↘ Ejecución y seguimiento



Contenido del programa

Contenido del programa

El programa completo se compone de cuatro cursos complementarios entre sí:

1. EL "ARTE" DE ANALIZAR LOS MERCADOS: Convertir los datos en información, ésta en conclusiones y éstas en planes de acción.

1. El Consumidor-Comprador
 - El comportamiento de compra de los hogares. El consumidor-comprador.
 - Segmentación de mercado por necesidades del consumidor.
 - Gasto en alimentación y lugares de compra de los hogares.
2. El mercado
 - Esquema de análisis de un mercado.
3. La Distribución Moderna
 - Su posicionamiento y análisis de su estrategia básica. Sus políticas de marketing.
 - Sus políticas de gestión de proveedores. Su gestión Logística.
 - Priorización de enseñanzas
4. Las fuentes de información en los mercados internacionales.
 - ¿Por qué? ¿Para qué? ¿Cómo se usan?
 - El panel de detallistas. El panel de consumidores. Otras fuentes de información.
 - Cómo seleccionar las fuentes de información adecuadas para nuestro negocio internacional.
5. Plan de acción individual

Duración del curso: 1 jornada de ocho horas

2. CÓMO DETECTAR Y CONCRETAR OPORTUNIDADES EN LA DISTRIBUCIÓN MODERNA

1. Introducción: una nueva relación de los fabricantes con los retailers
 - La venta colaborativa y fact-based selling
 - El enfoque al consumidor
2. Análisis del lay-out de una tienda
 - La asignación de espacios y ubicación de las categorías en la tienda
 - La estrategia del retailer en el punto de venta
 - Los roles de las categorías y sus implicaciones
 - Los criterios de clusterización de tiendas y sus implicaciones
3. El análisis de la categoría
 - El árbol de decisión de compra de consumidor-comprador
 - La segmentación de la categoría
4. Análisis de la implantación y el surtido de un lineal
 - El planograma y la asignación de espacios
 - La gestión de los surtidos.
5. Análisis de la actividad promocional y marketing de un retailer
 - Los folletos. Promoción de precio vs valor añadido
 - La tarjeta de fidelidad. Las exhibiciones y cabeceras.
6. La concreción de la oportunidad
 - La definición de estrategias de diferenciación positiva en un retailer
7. Plan de acción Individual

Duración del curso: 2 jornadas de ocho horas

3. KEY ACCOUNT MANAGEMENT: CÓMO GESTIONAR A LOS CLIENTES DE LA DISTRIBUCIÓN MODERNA INTERNACIONAL Y SUS CENTRALES DE COMPRA

1. Características básicas de la distribución moderna
 - Diferencias en el modelo de negocio de las enseñanzas de distribución moderna
2. Misión y principios del key account management
 - Responsabilidades, funciones. El ciclo anual del key account management
3. El Plan del Cliente de Distribución moderna
 - Análisis de información y del cliente
 - Análisis DAFO
 - Cuantificación: objetivos y cuenta de resultados
 - Las palancas de crecimiento: implantación, surtido, promoción, fidelidad, exhibiciones, precio, cadena de suministro.
 - El Plan de Acción
4. La ejecución comercial del Plan Cliente a través de su organización
 - Seguimiento y control. La revisión de negocio
 - La gestión comercial en el punto de venta
 - El plan y el presupuesto promocional
 - La propuesta de valor
 - El acuerdo comercial (la plantilla de condiciones)
5. La implantación del modelo de key account management
 - Implicaciones para la empresa y recursos necesarios.
6. Plan de acción individual

Duración del curso: 2 jornadas de ocho horas

4. CHANNEL MANAGEMENT: CÓMO GESTIONAR AL IMPORTADOR-DISTRIBUIDOR Y EL CANAL DE VENTA INDIRECTO.

1. Introducción
 - Qué es un canal de distribución. Venta Directa vs Venta con Importador
 - Qué es channel management. Las funciones del channel management
2. Diseño del canal de distribución
 - Arquitectura del canal. Dimensiones del canal de distribución
 - La selección de distribuidores e intermediarios en el canal de distribución
3. Motivación e incentivación al canal
 - Los generadores de la motivación.
 - Acciones de incentivación más habituales.
 - Acciones Correctoras
4. Coordinación y comunicación con el canal
 - El Alineamiento Estratégico. Las Tres C's del trabajo conjunto
 - Acciones de comunicación y coordinación con las redes de ventas del canal
5. Planificación de la estrategia para el canal
 - Enfoque de la planificación estratégica.
 - El proceso de planificación.
6. Seguimiento y control del canal
 - El desempeño del distribuidor. Medición del desempeño
 - El proceso de seguimiento y control. La Revisión de Negocio con el distribuidor.
7. Gestión de conflictos en el canal
 - Qué es el conflicto en el canal. Cómo se origina.
 - Modos de gestionar el conflicto en el canal. Áreas de conflicto más habituales.
8. Plan de acción individual
9. Financiación comercial internacional
 - Instrumentos financieros para la gestión de cobros y cobertura de insolvencias con los distribuidores.
 - Plataformas de pagos para las ventas por internet.

Duración del curso: 2 jornadas de ocho horas

Método de formación

Los cursos se imparten de manera práctica y deductiva, completando los conceptos explicados con ejemplos reales. Se realizarán ejercicios y casos prácticos, y a cada participante se le entregará el material necesario para el seguimiento de cada curso. Las clases tendrán un formato de seminario participativo en el que el alumno deberá intervenir y dar sus opiniones en relación al tema expuesto. Para asegurar una dinámica formativa adecuada, en cada curso se ha definido un máximo de 15 participantes por curso.

Los Profesores

Diego J Ruiz, socio de **QuattroC Analysis Consulting**. Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid y Máster en Dirección de Empresas de Alimentación por el ESIC de Madrid. Su especialidad son las ventas en el canal de distribución moderna internacional, y tiene una sólida experiencia en ejecución y definición de estrategias comerciales. Diego fue Senior Key Account Manager en Campofrío Food Group, y Director de Ventas de Exportación en Campofrío y en Grupo Leche Pascual.

Alejandro Gutiérrez, socio de **QuattroC Analysis Consulting**. Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de San Pablo CEU. Su carrera profesional se inició en ACNielsen. Posteriormente fue gerente en Overlap Consultores, y más tarde Director de Consultoría y miembro del comité de dirección de IRI España. Alejandro tiene una gran experiencia en definición e implantación de estrategias comerciales, y formación de equipos comerciales.

Empresas participantes en ediciones anteriores

En ediciones anteriores han participado directores y responsables de Exportación de las siguientes empresas: **Nestle, Acesur, Campofrío Food Group, CAPSA, Delaviuda, Sovena España, Valor, Haribo España, Entrepinares, Palacios Alimentación, Conservas Ortiz, Almendra y Miel (Turrón 1880), Agrosevilla, etc.**

Condiciones de inscripción y precios. Calendario del Programa

	Duración	Precio sin IVA	Días
Inscripción al programa Completo (los 4 módulos)	7 jornadas, total 56 horas	3100 €*	
Inscripción por módulo ("a la carta")			
1. Cómo analizar los mercados donde la distribución moderna es el principal canal de venta	1 jornada de ocho horas	520 €	23 de febrero 2015
2. Cómo detectar y concretar oportunidades en la distribución moderna	2 jornadas de ocho horas	980 €	9 y 10 marzo 2015
3. Key account management: cómo gestionar a los clientes de la distribución moderna internacional y sus centrales de compra	2 jornadas de ocho horas	980 €	23 y 24 marzo 2015
4. Channel management: cómo gestionar al importador-distribuidor y el canal de venta indirecto.	2 jornadas de ocho horas	980 €	13 y 14 de abril 2015

* La inscripción al programa completo tiene un descuento aplicado del 10%

- Las empresas pueden inscribirse al programa completo, o a cada módulo de manera independiente.
- Las inscripciones se atenderán por riguroso orden de llegada.
- Las inscripciones al Programa completo se abonarán un 50% en el momento de la inscripción y el 50% restante antes del viernes 17 de Enero de 2015. La inscripción de dos o más participantes de una misma empresa al Programa completo (los 4 cursos) se aplicará un descuento del 15% para el segundo participante y sucesivos.
- En el caso de optar por inscribirse por módulo ("a la carta"), las inscripciones se abonarán al 100% en el momento de la inscripción. A partir de la inscripción de dos o más participantes de una misma empresa a un mismo módulo, el descuento será 10% para el segundo y sucesivos.
- El precio incluye el café de las pausas y los almuerzos. Los gastos de desplazamiento y alojamiento de los participantes serán por cuenta de cada empresa.

Para inscribirse en el Programa, por favor rellene la ficha de inscripción on-line [aquí](#). Para cualquier duda o consulta, póngase en contacto con nosotros: Cristina Vallejo, c.vallejo@fiab.es

NOTA INFORMATIVA: Curso de formación profesional subvencionado por la Fundación Tripartita y el Fondo Social Europeo y financiados a través de bonificaciones en los seguros sociales de la empresa. Es responsabilidad de cada empresa la tramitación por su cuenta de la solicitud de tales ayudas ante la Fundación Tripartita. Para las empresas que lo deseen, FIAB pone a su disposición un servicio especializado para realizar este trámite.



Lugar de impartición del programa y horarios

Los cursos tendrán lugar en la sede de FIAB en la calle Velázquez 64, 3ª planta, Madrid, a tan sólo 20 minutos del aeropuerto de Barajas y a 10 minutos de la estación de Atocha. El horario de cada jornada será de las 9'30h a las 14h y de las 15'30h a las 19h.

Velázquez, 64, 3ª / 28001 Madrid / T +34 91 411 72 94 / www.fiab.es