



Marketing para Vendedores

Introducción

No somos un instituto de enseñanza típico. Tampoco personas que se paran en un salón para repetir información que está al alcance de todos. Concebimos el mundo empresarial como una actividad apasionante, con la combinación exacta de técnica y creatividad, pero sobre todo concebimos los negocios como una disciplina práctica. Si no se vive la experiencia difícilmente se puedan llevar adelante ideas o proyectos. Y hemos comprobado que un conjunto de actitudes y aptitudes pueden ser potenciados a corto plazo con la metodología adecuada. No somos un instituto, somos una consultora y eso dice mucho de nosotros. Tenemos el respaldo de más de 280 empresas que han trabajado con nosotros en estos 13 años. Todo ello nos ha llevado a que siempre necesitemos personas que puedan colaborar con nosotros en los distintos aspectos donde colaboramos con nuestros clientes. Y muchas veces no resulta fácil captarlas, justamente porque la vivencia está en él debe dentro de la oferta actual a nivel educativo. Esa es nuestra apuesta, la de hacer "gente que haga cosas", gente que pueda combinar la pasión con la capacidad analítica de poder ver la realidad, pero también que pueda combinar el carisma con la creatividad necesaria para cambiar el mundo..

Objetivos

Brindar a los participantes, un conocimiento profundo de todo el mundo del Marketing. Programa de estudio completo, donde el alumno aprenderá a manejar todas las herramientas de marketing desde los conceptos básicos, hasta las herramientas operativas necesarias a usar en cada momento empresarial.

Diferencias

Algunas diferencias que muestra nuestra propuesta:

Ellos	Nosotros
Docente	Facilitador
Da información	Aplica la información
Conceptos teóricos y generales	Aplicación de los mismos
Los alumnos saben lo mismo	Los alumnos usan lo que necesitan
Resuelvo casos de libro	Resuelvo casos reales
Límite de faltas	Sin límite...es para vos
Hay notas	Está bien o no lo está
Salgo sabiendo	Estoy haciendo
Salgo con un Diploma	Salgo con experiencia
Plan de Marketing final	Lo que elijas hacer

Metodología

El enfoque es 100% vivencial. No hay un docente que transmite información que está al alcance de todos, sino facilita a que se puedan llevar a cabo diagnósticos y soluciones adecuadas. No se trabaja en un salón de clases con personas mirando a alguien que habla, se trabaja sobre situaciones concretas donde cada uno cumple un rol muy activo en la construcción de la experiencia. Cada uno de nuestros egresados se ha llevado herramientas distintas. No se dan exámenes con nota, sino que se trabaja puntualmente sobre casos reales y sobre los resultados se dan conclusiones, como en cualquier trabajo.

Título

El que apruebe el taller recibirá un certificado en **Marketing para Vendedores**.

Temario

- ¿Con qué tipo de consumidores nos enfrentamos hoy?
- El antes y el hoy.
- Gurús del marketing.
- Definición.
- Marketing estratégico y operativo.
- Mercados.
- Tamaño del mercado.
- Posicionamiento.
- Errores de posicionamiento.
- Segmentación.
- Niveles de segmentación.
- Productos vs. Servicios.
- Marketing mix.

Facilitador

Sergio Fraga - Licenciado en Sociología por la Universidad de la República. Posgraduado en Marketing por la Universidad Católica del Uruguay/ Universidad Federativa del Brasil

MBA – Master en Administración y Dirección de Empresas

Ha realizado trabajos de Consultoría en Call Centers y Telemarketing para empresas de la talla de SHELL, CITIBANK, UNICEF, LAN CHILE, UTE, ANCEL, CONECTA, REPUBLICA AFAP, FUCAC , MEDICA URUGUAYA, ALDEAS INFANTILES S.O.S., CEMENTERIO PARQUE DEL RECUERDO, CEMENTERIO MATERTERRA, IMAGE BANK, INTERCANAL, REAL SEGUROS, NUEVO SIGLO CABLE T.V. , ETC.

Ex Director de PRO>PHONE – Empresa de servicios de Telemarketing y Call Center. (7 años)

Ex Gerente Operativo de Telemarketing para Latam y Europa en TRILLONARIO.COM, sitio web líder de venta de loterías.

Ex Gerente General de ASSISTRAVEL, empresa de Seguros de asistencia al viajero ubicada en Zonamerica

Ex Gerente Comercial y General (Country Manager) de Assist-Card, líder en Seguros de asistencia al viajero

Ha sido responsable de los departamentos de Telemarketing de Unidad Coronaria Móvil, Suat emergencia móvil, y Calculo S.A.

Carga horaria e inicios

Inicio: Lunes 4 de abril de 2016

Finalización: Miércoles 13 de abril de 2016

Carga horaria y días: Lunes y Miércoles de 9 a 12hs

Duración

12 horas

Asistencias

No hay límite de inasistencias.

Aprobación

En todos los casos habrá trabajos prácticos relacionados con la realidad de la materia que se esté dictando. **No habrá pruebas escritas.**

Requisitos de ingreso

Para ingresar al diploma se requerirá tener 18 años cumplidos al momento de la inscripción, 6to de liceo aprobado o similar. Habrá **cupos muy limitados** con un máximo de **12 participantes**.

Consultas académicas

Cualquier consulta de **índole académica** pueden realizarla al Coordinador Académico Pablo Balseiro directamente por nuestro teléfono 2901-2615, o al correo electrónico capacitacion@marketing.com.uy.

Inversión

Total: \$ 2.400

Se reserva cupo hasta el **jueves 31 de marzo de 2016** abonando el 50% de la inversión (\$ 1.200)

Medios de pago: RedPagos, Paganza, Banred, Santander, eBROU, BBVAnet

Inscripciones online: <https://goo.gl/nnESm0>