

Seminario Sincronizando marketing y ventas: Organización 360°

Madrid,
4 de diciembre 2014

BRUNO
PUJOL

Seminario

 **Icea**
el valor del conocimiento

Presentación

Objetivos del Seminario: La gestión de marketing y ventas de forma coordinada es la estructura ideal hacia la que tienden las organizaciones empresariales de hoy. Esta coordinación, que puede ser compleja de instaurar, es necesaria para dar respuesta a un mercado cada vez más versátil.

Las variables tradicionales de marketing se han visto superadas por una realidad que ha derivado a la mayor parte de los competidores hacia un mercado indiferenciado en productos, con canales de distribución y ventas similares, y en permanente competencia de precios, y todo ello en un entorno de cambio absoluto del paradigma de la comunicación.

Conciliar el largo plazo con acciones tácticas de ventas y marketing se ha convertido en un desafío para la mayor parte de las organizaciones, en las que confluyen redes de ventas, acciones de marketing convencional con acciones de marketing on line y departamentos de comunicación institucional, que en muchos casos actúan de forma independiente. Esta falta de sincronía produce efectos como la duplicación de esfuerzos, tensiones organizativas y mensajes y acciones no siempre coordinadas en el mercado, que ponen en algunos casos en riesgo la marca y el éxito de las campañas.

Se adquirirán las siguientes destrezas:

- Entender los cambios que se están produciendo en el entorno y el impacto en cada una de sus organizaciones.
- Conceptualizar la mejor opción estratégica adaptada a cada compañía en función de su dimensión, posicionamiento y mercado.
- Definir la estructura de marketing adecuada para la empresa.
- Planificar de forma integrada todas las acciones de marketing y ventas.
- Dimensionar y presupuestar de forma adecuada los esfuerzos y recursos del marketing.
- Presentar un plan de marketing integral en forma y soportes adecuados.

La meta final del seminario será coordinar y aunar esfuerzos y recursos desde una visión única y compartida, para que de una forma sincrónica, la organización trabaje y sea percibida tanto internamente como externamente, como una entidad robusta, firme y con un propósito único y común, que respalde la estrategia y responda de forma adecuada a las demandas de los clientes y de las audiencias.

Dirigido a

Aquellas personas de las entidades aseguradoras con responsabilidades relacionadas con los ámbitos descritos anteriormente, tales como Directores de Marketing, Directores Comerciales, Responsables de Ventas, Responsables de Comunicación y personas con funciones dentro de las áreas de marketing, ventas y comunicación.

Metodología

Seminario basado en conferencias, que además se complementarán con casos prácticos y con lecturas recomendadas.

Contenido

El seminario se basará en los siguientes temas:

1. Cambio de paradigma

- Nuevos clientes y nuevos consumidores
- El mix indiferenciado
- Cuando la marca ya no lo es todo
- El fenómeno low cost en el sector asegurador

2. Planificación estratégica de las ventas y el marketing

- Definición estratégica
- Redefinición de los efectos del mix
- Estrategia multinivel de los elementos del mix y las ventas

3. Dimensiones de equipos y recursos

- Definición de la estructura
- Organización de la estructura
- Management de la organización de marketing y ventas y su relación con el resto de la organización
- Marketing convencional y marketing on line; sincronía
- Social Selling para organizaciones y para vendedores 2.0

4. El plan de marketing integral

- Gestión de proveedores
- Planning y cronograma
- Presupuestación

Profesor

Bruno Pujol Bengoechea, es actualmente Director de Desarrollo Universitario y Director de Marketing de la Universidad Antonio de Nebrija en Madrid.

Ha desempeñado cargos de Dirección Comercial, Director de Marketing y Dirección General en organizaciones como Marsans, DHL – Danzas, Megavisión y Acciona Logística.

Es además vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Antonio de Nebrija de Madrid y profesor en Universidades y escuelas de negocio como TEC de Monterrey, Anhuac en México, Sergio Arboleda en Colombia así como ponente habitual en la Organización Mundial del Turismo y asesor en formación para el ministerio de la República Dominicana en materia de marketing turístico.

Datos de organización

Lugar de celebración

El Seminario tendrá lugar en las Salas de Formación de ICEA, en la calle López de Hoyos, 35 – 28002 Madrid.

Fecha: 4 de diciembre de 2014

Horario: De 09:30 h. a 13:30 h. y de 15:00 h. a 18:30 h.

Derechos de inscripción

Cuota (Entidades Adheridas):
550 euros + 21% I.V.A.

Cuota (Entidades no Adheridas):
1.100 euros + 21% I.V.A.

Dicha cuota incluye la asistencia al Seminario, documentación y certificado de asistencia.

Condiciones generales

La cuota de inscripción puede hacerse efectiva en las oficinas de ICEA, o bien mediante transferencia bancaria a nuestra cuenta corriente nº IBAN ES49 0081-7118-57-0001087611 del Banco Sabadell Atlántico de la calle Juan Bravo, 51 (28006 Madrid).

Las inscripciones anuladas dentro de las 48 horas anteriores al comienzo del Seminario deberán abonar el 50% de la cuota.

La celebración del Seminario está condicionada a la asistencia de un número mínimo de participantes.

Inscripciones

Para cualquier duda o consulta en relación con la organización general del Seminario, póngase en contacto con:

Carmen Zapata (inscripciones@icea.es)
Teléfono 91 142 09 53 - Fax: 91 562 35 08

Boletín de inscripción

Seminario con Bruno Pujol. Sincronizando marketing y ventas: Organización 360° Madrid, 4 de diciembre de 2014

Rogamos inscriban a las siguientes personas:

Entidad	
D./Dña.	
Cargo	Correo electrónico
D./Dña.	
Cargo	Correo electrónico
Domicilio	
N.I.F.	
C.P.	Localidad/Provincia
Teléfono de Contacto	Fax
Persona de contacto:	Correo electrónico

Advertencia de privacidad:

Los datos de carácter personal que se faciliten mediante el siguiente formulario quedarán registrados en un fichero automatizado de ICEA, denominado "Servicios Internet" con la finalidad de "remitir información, gestionar nuestros productos y servicios de colaboración profesional". Por ello puede ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición recogidos en el artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), ante Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones (ICEA), asociación para la investigación industrial sin ánimo de lucro domiciliada en la calle López de Hoyos, 35 de Madrid, mediante alguna de las posibilidades que se indican:

- Correo electrónico a lopd@icea.es
- Carta certificada

En ambos casos, dirigido a la atención del Responsable de Seguridad y acompañado de una copia del D.N.I. o documento acreditativo de su identidad. Para ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, puede dirigirse a: Asociación ICEA, López de Hoyos, 35. 28002 Madrid (España).