



Programa de Herramientas para Comerciales

Del 4 de septiembre al 16 de octubre | 7 Módulos temáticos | Total: 36 hs.

12 encuentros virtuales | Horario de 08:30 a 11:30 hs

| Perfil del participante

El programa está diseñado para aquellos responsables, ejecutivos de las áreas de ventas, cargos operativos o líderes que deseen formarse con una visión comercial y de desarrollo de negocios B2B, con target en la industria minera y del petróleo.

| Objetivos

- Actualizar y dotar de nuevas herramientas a los responsables de la gestión de ventas y comerciales de las empresas Pymes industriales de Oil & Gas, minería y otras industrias de procesos.
- Abordar, desde una prospección integral y actualizada, el proceso de venta consultiva bajo los nuevos enfoques de la gestión comercial centrada en el cliente.
- Trabajar a través de un formato taller, el repaso de nuevos paradigmas y estrategias comerciales aplicados al canal B2B de la industria.

| Metodología

El programa fomenta la comunicación bidireccional a través de un entorno dinámico y participativo en cada uno de los encuentros. Se fomentará el trabajo cooperativo para compartir problemáticas y experiencias similares que atraviesan a las PYMES del Grupo en la realidad. Se realizarán dinámicas de role-playing y resolución de conflictos con el fin de desarrollar conocimientos y habilidades.

| Inscripciones – Cupos limitados

Para inscribirte, podés enviar un correo a coordinacion@gapp-oil.com.ar indicando:

- Empresa y cantidad de participantes.
- Nombre, apellido, edad, teléfono y mail de contacto.



Programa de Herramientas para Comerciales

| Costos y Beneficios

Empresas socias GAPP: \$ 380.000 + IVA

Empresas no asociadas: \$ 450.000 + IVA

Early Bird: 10% de descuento inscribiéndose antes del 20/8

Descuento 20% desde el 3er inscripto.

El GAPP es UCAP para la presentación de proyectos de capacitación ante el programa de Crédito Fiscal de la SePyME.

| Programa y Contenido

MÓDULO 1 | GESTIÓN ORIENTADA AL CLIENTE, CUSTOMER CENTRICITY, UX DESIGN Y COMUNICACIÓN COMERCIAL

Miércoles 4 y viernes 6 de septiembre - 08:30 a 11:30 hs.

- Diseño Comercial Centrado en el cliente: Cómo crear buyer personas. Cómo mapear painpoints, gain points. Value Proposition Canvas. Product Market Fit. Customer Journey Mapping. Jobs to be Done. Mapas de empatía. Cómo crear una estrategia de contenido y comunicación basada en el cliente.
- Prospección y comunicación: Cómo segmentar prospectos. Potenciar LinkedIn: Prospección, estrategia y recomendaciones. E-Mail Marketing: Mejores prácticas aplicadas. La importancia de la redacción, diseño y contenidos recomendados. Cómo crear narrativas comerciales.
- Técnicas de Growth Hacking para hacer crecer tu protagonismo en la red. Apps útiles.
- Automatización, imagen e investigación.
- Taller de herramientas aplicadas: Crear buyer persona. Product market fit (Value Proposition Canvas). Proceso de relacionamiento con los prospectos. Crear narrativas comerciales.
- Crear cronograma de comunicaciones y publicaciones. Crear lead magnet, secuencia de goteo y Entry Offer.



Programa de Herramientas para Comerciales

MÓDULO 2 | LAS VENTAS B2B EN EL SECTOR OIL & GAS

Miércoles 11 y viernes 13 de septiembre - 08:30 a 11:30 hs.

- Proceso de ventas y pasos en negocios B2B. Ventas convencionales y ventas consultivas.
- Indicadores y tableros de comando.
- ¿Qué cambió en las ventas? Nuevos paradigmas. Aplicabilidad de las mejores prácticas comerciales para negocios B2B.
- Optimización del proceso de prospección de clientes. "Quién es quién" en la cadena de suministros del Oil & Gas. Distinguir diferentes tomadores de decisiones.
- Proceso desde la recepción de un instrumento contractual hasta el cobro de factura.
- Importancia de los procesos y las urgencias.
- Identificación de actores con roles y responsabilidades en licitaciones, evaluaciones, adjudicaciones, certificación y liquidación de pagos.
- Rol y requisitos del control de contratistas. Ventajas para las empresas proveedoras.
- Tendencias de la gestión de conflictos y dimensiones.
- Análisis de criterios de segmentación vertical y horizontal en ventas

MÓDULO 3 | FORECAST & INTELIGENCIA COMERCIAL

Miércoles 18 y viernes 20 de septiembre - 08:30 a 11:30 hs.

- Gestión de datos: Definición de unidades de análisis. Definición de variables.
- Conformación de tabla de datos. Clusterización (racionalización de unidades de análisis). Métodos de recopilación y registro.
- Métodos cuantitativos de previsión: Promedio móvil simple - Exponential Smoothing - Análisis inferencial de tendencia.
- Métodos cualitativos de previsión: Delphi - Encuestas - Entrevistas - Procesamiento de datos cualitativos.
- Testeo y validación de métodos de previsión: Prueba ex-ante y validación ex-post. Diseño

MÓDULO 4 | DRIVERS DEL COMPRADOR OIL & GAS

Miércoles 25 y viernes 27 de septiembre - 08:30 a 11:30 hs.

- Analizar cómo las empresas petroleras segmentan sus compras y contrataciones. Variables y criterios utilizados. El rol principal del comprador en la compañía. ¿Por qué se premia a un comprador? Indicadores en los objetivos anuales.
- Abastecimiento estratégico: gestión por categorías, análisis del gasto y estrategias diferenciadas. Impacto en el mercado.



Programa de Herramientas para Comerciales

- Empresas petroleras: segmentación de compras y contrataciones. Variables y criterios. TCO (Costo total de propiedad) como criterio seleccionador de ofertas.
- Instancias de precalificación, evaluación y auditorías a proveedores.
- Instrumentos contractuales. Rol y requisitos de contratistas.
- Proceso P2P (Procure to Pay). Preconceptos más clásicos de los compradores.
- ¿Cómo impactan las políticas de cumplimiento (Compliance) en los procesos de toma de decisiones de las organizaciones compradoras? Herramientas de soporte del comprador para precalificar o evaluar proveedores.
- ¿Cómo son los Paretos típicos en el Upstream y Downstream? Segmentación o categorías de compras y contrataciones en función del Seniority del analista de abastecimiento.
- Muestra de un tablero de comando básico de cadena de suministros.

MÓDULO 5 | DRIVERS DEL COMPRADOR MINERO

Miércoles 2 de octubre - 08:30 a 11:30 hs.

- Variables, cultura y criterios utilizados por las empresas y compradores.
- Segmentación y modalidad habitual de compras y contrataciones en empresas mineras.
- Criterios de precalificación, evaluación y auditorías a proveedores.
- Estrategias de acercamiento a los potenciales compradores.
- Consideraciones de selección de proveedores y regionalización de los mismos.

MÓDULO 6 | ESTRATEGIAS PARA SUBASTAS ELECTRÓNICAS. PROPUESTAS TCO: TOTAL COST OF OWNERSHIP

Viernes 4 de octubre - 08:30 a 11:30 hs.

- El porqué de las subastas. Objetivos del comprador y la operadora en el proceso.
- Tipos de subastas. Usos según objetivos. Resultados esperados.
- Proceso de subasta de inicio a fin. Alternativas de cierre.
- Estrategias del oferente frente a la subasta. Análisis de casos prácticos.
- Concepto de TCO (Costo total de propiedad) como criterio de selección de ofertas.
- ¿Cómo impulsar una propuesta TCO? Generar el ámbito para elevar la propuesta.
- Puntos analizados por el comprador en el análisis de propuestas TCO.
- Análisis necesario para la elaboración de propuestas TCO desde la oferta.
- Desarrollo de propuestas TCO en la práctica.



Programa de Herramientas para Comerciales

MÓDULO 7 | HERRAMIENTAS DE NEGOCIACIÓN: DE INICIO A CIERRE

Miércoles 9 y miércoles 16 de octubre - 08:30 a 11:30 hs.

- El Método Harvard. Verificación de supuestos. Modelos de Negociación: Competitivo y Colaborativo. Negociación interna y externa. Las fases de una negociación.
- Escucha activa. La asertividad. ¿Qué es la persuasión y la manipulación? Detectar el perfil de la contraparte: El rapport. Skills de un negociador exitoso. Comunicación efectiva.
- Planificación y estrategia en la negociación. Negociación en equipos. Errores más comunes. Recursos de poder. Cierres efectivos una negociación y Autoevaluación.
- Creación de valor con el cliente. Negociar con grandes empresas. Negociar con proveedores poderosos.
- Cuando el cliente no siempre tiene la razón. Estrategias para persuadir. La credibilidad como base de la relación comercial. Defendiendo los argumentos.
- ¿Cómo actúan los negociadores tensos? Los errores comunes del vendedor al momento de negociar.
- Cierre de la venta: Cliente actual y venta potencial. Método de las 3C. Los 13 comportamientos ganadores. Acuerdos mediante SPANCOP.
- Psicología para negociar: Autoconocimiento, habilidades personales, PNL. Manejo de las objeciones en un proceso de negociación.