

Precios y Ofertas Comerciales

Offer Management, Pricing & Customer Profitability

Curso línea Sharp-Training

Objetivos del curso:

- ✚ El participante conocerá los elementos necesarios para desarrollar estrategias de precio de acuerdo a las características de su producto, mercado y a los objetivos de su organización.
- ✚ Determinar el perfil de clientes que son altamente rentables y realizar estrategias que permitan a aumentar su valor a través del tiempo.

Perfil del Participante:

- ✚ Profesionales que tengan interés en conocer los temas relacionados al establecimiento de la estrategia de precios y la estrategia de Ofertación al mercado.
- ✚ Contar con la necesidad de implementar iniciativas asociadas a estos temas dentro de la empresa u organización, o que deba participar en un proyecto asociado.
- ✚ Profesionales que pertenezcan a las siguientes áreas: Comercial, Mercadotecnia, Estrategia, TI, Ventas, Atención a clientes, Operaciones, Recursos Humanos, Finanzas, Procesos, Call Center.

Temario:

- ✚ **Módulo 1: Pricing**
 - ✚ Pricing y el Proceso Comercial
 - ✚ Clasificación y Segmentación de Mercados
 - ✚ Definiciones de Precios
 - ✚ Factores para Determinar Precios
 - ✚ Objetivos con Pricing
 - ✚ Posicionamiento de Precios
 - ✚ Estructuras de Costos
 - ✚ Proceso de Pricing
 - Establecimiento de objetivos de Precios
 - Valuación de Precios
 - Determinación de la Demanda
 - Identificar Balance entre Precio, Costos y Rentabilidad
 - Comparativos de Precios en el Mercado
 - Selección de Políticas de Precios
 - Selección de Estrategias de Precios
 - Selección del Método de Fijación de Precios
 - Formalización de Precios
 - ✚ Precio de Servicios
 - ✚ Precio de Productos
 - ✚ Pricing Science

- ✚ **Módulo 2: Offer Management**
 - ✚ Definición de Oferta Comercial
 - ✚ Estructura de la Oferta
 - ✚ Construcción de Ofertas Comerciales
 - ✚ Programas, Planes, Paquetes
 - ✚ Administración de Ofertas Comerciales
 - ✚ Estructuras Organizacionales para la Administración de Ofertas Comerciales
 - ✚ Procesos de Ofertación
 - Concepto de Oferta
 - Factibilidad de Oferta
 - Diseño y Desarrollo de Oferta
 - Lanzamiento de Oferta Comercial
 - ✚ Administración de Ofertas Comerciales en el Plan de Negocios y de Mercadotecnia
 - ✚ Estrategias de Mercado: Dominancia, Porter, Innovación, Militares
 - ✚ Estrategias de Ventas: adquisición, retención, up sell, cross sell

- ✚ **Módulo 3: Rentabilidad de Clientes**
 - ✚ Objetivos de Customer Profitability
 - ✚ Clasificación de Clientes
 - ✚ Valor del cliente en el tiempo (Customer Lifetime Value)

Inversión:

- ✚ **Modalidad Online:**
 - ✚ Costo por participante: \$2,760.00 IVA incluido
 - ✚ Duración: 8 hrs.
 - ✚ Incluye: manual del curso en electrónico (pdf), herramientas modelo, referencias web y documentos de lectura (pdf)
 - ✚ Entregable del curso: proceso de pricing, offering, reconocimiento por parte de la AINIM
 - ✚ Para cursos abiertos se requiere de un mínimo de 5 participantes.

- ✚ **Modalidad Presencial:**
 - ✚ Costo por participante: \$7,680.00 IVA incluido
 - ✚ Duración: 8 hrs.
 - ✚ Incluye: manual del curso impreso y en electrónico (pdf), herramientas modelo, referencias web y documentos de lectura (pdf)
 - ✚ Entregable del curso: proceso de pricing, offering, reconocimiento por parte de la AINIM
 - ✚ Para cursos abiertos se requiere de un mínimo de 10 participantes.

Informes: ventas@grunetec.com

Fin del documento _____