

OMNICANALIDAD SIN CAOS: DOMINA LA VENTA INTERNACIONAL CON ESTRATEGIA | 8H

La identificación y gestión de los canales (off y online) más adecuados van a ser un factor determinante para reducir tiempo y riesgos en la toma de decisiones. La evaluación de los costes y beneficios que supondrá la elección del partner local más idóneo así como su aportación o no en la gestión de la logística podrán darnos una ventaja competitiva decisiva en un mercado.

Una estrategia de distribución internacional puede ayudar a la empresa a aumentar las ventas y la rentabilidad.

Dirigido a

• Sales Director • Export Director • Export Area Manager • Marketing Director • Business Developer

Programa

SESIÓN I

1. Introducción: Onmicanalidad vs Multicanalidad
2. Herramientas de inteligencia comercial para la optimización de los canales de distribución.
 - Monitorizar atractivo de mercado y posición competitiva de la empresa.
 - Análisis de tendencias para identificar el canal adecuado en mi estrategia de venta.
 - Activar la vigilancia competitiva para mejorar nuestra posición en el mercado.
3. Elementos a tener en cuenta para la cualificación de clientes/partners internacionales.

SESIÓN II

1. Digitalización de las ventas a través de marketplaces:
 - El papel de la distribución tradicional tras la irrupción de los marketplaces: cómo articular su integración.
 - La irrupción de los Pure Players Digitales y cómo identificarlos.
2. E-commerce propio vs marketplaces/feria virtuales.
3. Tipologías de marketplaces.
4. Factores a tener en cuenta para la elección de mercado: Criterios de elección de plataforma.
5. Beneficios de estar presente en marketplaces.

Ponente

Anselmo Ríos. Director de Redflexión Consultores, empresa especializada en consultoría e Inteligencia Competitiva para la Internacionalización

Fechas

21 y 22 de octubre
Martes y miércoles de 09:00 a 13:00h
Cámara de Comercio de Castellón

INSCRIPCIÓN GRATUITA

Modalidad presencial /teleformación