

SEMINARIO ONLINE



# Estimación de Demanda en Tiempos de Crisis

**INICIO: Martes 25 de agosto**  
15:30 a 17:30 hrs.



# **Estimación de Demanda en Tiempos de Crisis**

# Objetivos del programa

En tiempos de crisis locales o mundiales, y bajo la reflexión que esta condición será más constante en los tiempos futuros dada la persistente volatilidad de las economías y sus interacciones globales, sumado ahora a la fragilidad sanitaria en que convivimos y las contingencias sociales, es que se hace imperativo que las empresas se adapten con la máxima rapidez, para transitar en estos nuevos escenarios no solo de alta competitividad, sino que ahora en tiempos de crisis recurrentes.

En este contexto es clave que la estimación de demanda como parte de la estrategia comercial esté revisando los posibles escenarios competitivos del mercado y alineado a un modelo de trabajo colaborativo con los clientes y al interior de la organización integrada al forecast de ventas. La improvisación y la falta de

ejecución correctiva de la demanda es garantía de malos resultados. Es imperativo estimar los ingresos de la empresa y como alcanzarlos.

Este programa entrega una visión integrada y las variables claves del proceso de estimación de demanda con foco agudo en sostener las ventas de manera constante para fidelizar y desarrollar clientes y sobre todo de una bajada práctica para su ejecución. Proporcionando técnicas y un modelo de operación integrada con la cadena de suministro de modo sistémico y colaborativo. Sobre todo en tiempos de crisis.

# Contenido

## **Incentivar y desarrollar la capacidad analítica**

Como se comportan las compras y los consumos en momentos de crisis  
Integrando información económica, demográfica y del mercado  
Estrategia y Objetivos corporativos

## **Reevaluando el Plan Comercial en situación de Crisis**

Plan comercial Integrado  
Herramientas de análisis  
Ventas y Marketing  
Gestión e Impacto en las decisiones comerciales

## **Gestionando el Portafolio de Productos**

Rentabilidad. Clasificación y análisis del Portafolio  
Optimizando la Matriz de la cartera de productos  
Matriz de análisis y Política de Inventarios

## **Canales de Distribución**

Segmentación de canales de ventas y de clientes  
Gestionando la estructura de ventas

## **Marketing y La Economía Digital**

Marketing en escenarios volátiles  
Tendencias y paradigmas del Ecommerce  
Desafíos de los negocios online y el offline

## **Variables claves de estimación de demanda en situaciones de Crisis**

Forecast de ventas  
Definición de los drives relevantes para definir los objetivos de ventas  
Metodología para elaboración de un forecast o proyecciones de ventas  
Planeamiento conjunto de ventas y operaciones Sales & Operations (S&OP)  
El Proceso paso a paso y su monitoreo  
Roles y responsabilidades de los actores del proceso  
Integrando a la cadena de abastecimiento

## **Objetivos Táctico del Plan y ejecución del Forecast**

Implementación de los desafíos definidos en el forecast

Planes y ventas con Clientes

Visión integral de la cadena de suministro

Compromisos de los actores responsables del proceso

## **Métrica de Ventas. Estrategias y Tácticas**

KPI's para prospección de clientes y de efectividad

KPI's de medición de canales de ventas – clientes

Medición del desempeño de la estructura de ventas

KPI's de Niveles de Servicio foco en el mercado y los clientes

# Relator



## Pablo A. Barberis

Ingeniero comercial, con postítulo y especialista en Marketing Estratégico, Marketing Digital y post formación en Retail, logística, TI y comercio electrónico. Certificación internacional de Scrum Alliance en metodología Ágil. Scrum Master. Especialista en Design Thinking. Más de 20 años de experiencia liderando gerencias generales, comerciales y de ventas en la industria del retail, consumo masivo, agroindustria, empresas de servicios y de tecnología en Chile y Latino América, en empresas nacionales e internacionales. Lidera proyectos de innovación y transformación digital para nuevos canales de ventas y para diferentes mercados.

# Información e inscripciones

<b>Fecha de inicio</b>	Martes 25 de agosto de 2020
<b>Fecha de término</b>	Jueves 27 de agosto de 2020
<b>Días</b>	Martes, Miércoles y Jueves
<b>Horario</b>	15:30 a 17:30 hrs.
<b>Duración</b>	6 horas (3 sesiones de 2 horas cada una)
<b>Modalidad</b>	Online
<b>Valor general</b>	\$135.000
<b>Valor Socios de ICARE</b>	\$90.000
<b>Descuentos</b>	15% de descuento por 5 o más inscripciones

**INSCRÍBASE AQUÍ**

## **INSCRIPCIONES:**

**Capacitación ICARE Ltda.**

**RUT:** 76.619.580-6

**Teléfonos:** 22280 5311 – 22280 5329

**Email:** seminarios@icare.cl