



Curso de Compras "In a Nutshell" para Vendedores B2B

Aprende los conceptos esenciales sobre Compras que son claves para entender mejor a tu Cliente e incrementar tus ventas.

Conoce cómo se estructura un Departamento de Compras y su Modelo de Madurez, para detectarlo en tu Cliente.

Aprende en qué consiste un Proceso de Compras y cómo sincronizarlo con el Proceso de Ventas de tu Empresa.

Conoce cómo se evalúan proveedores (scoring) y se seleccionan.

Aprende cómo posicionan a tu empresa en Compras desde la perspectiva de la Tipología de Productos y Servicios.

Aprovecha tu conocimiento de Compras para vender más y mejor.



Dirigido a

- Directores Comerciales, Emprendedores
Responsables de Marketing y Equipos Comerciales que deseen aumentar sus capacidades comerciales comprendiendo cómo funciona un Departamento de Compras en el Mercado B2B.

Objetivos

- Comprender en qué consiste un modelo de compras y su alcance.
- Conocer las funciones, roles, responsabilidades y vertebración de un Departamento de Compras.
- Entender qué son las Políticas de compras; Clasificación «operativa» y la Clasificación «estratégica» de productos y servicios.
- Entender en qué consiste la matriz de Kraljic
- Comprender que son los Modelos de relación con proveedores y cómo se evalúan Proveedores.
- Entender el "ABC" clave de un Contrato de compras.
- Preparar su negociación con Compras de acuerdo con los conceptos aprendidos.

Beneficios

- Conocer con mayor profundidad a sus clientes
- Calificar a sus clientes de forma más precisa.
- Incrementar sus ventas.
- Posicionarse frente a los clientes como empresa generadora de valor y adaptada al negocio del cliente.
- Crear un proceso de ventas que se sincronice con el proceso de Compras de su Cliente.
- Acortar el ciclo de venta.
- Comunicar valor a su Cliente.

A destacar

- El curso es eminentemente práctico, adaptado a sus materiales específicos (sector, propuesta de valor, presentaciones, etc).

Modalidad y Duración

- 2 días (8 horas) - Máximo: 8 alumnos.
- Presenciales In Company o Aulas Propias.
- Soporte online, adicional, de 8 h a utilizar durante los siguientes 6 meses posteriores al curso.



Modelos de y Políticas de Compras.

- Un poco de Historia.
- El modelo de compras: definiciones y alcance. La Función de Compras
- Políticas de compras. Tipología de productos y gestión de proveedores.
- Clasificación «operativa» y «estratégica» de productos y servicios.
- Matriz de Kraljic y Gestión de Categorías (Category Management)
- Modelos de relación con proveedores. Coeficiente multiplicado y el coste total de las compras.
- **Herramienta:** Define a tus Clientes (Compradores).

2 Programa de Formación



SECCIÓN II

Gestión Operativa de las Compras

- Definición del Proceso de Compras.
- Evaluación de Proveedores (scoring).
- Selección de Proveedores.
- Negociación, Contratos. Definición de Service Level Agreement (SLA)
- Gestión del Proceso de Suministro.
- **Herramienta:** Evaluate según un scoring.

3 Programa de Formación



SECCIÓN III

Vertebración Organizativa de la Función de Compras

- Funciones de los Responsables de Compras.
- Estructura organizativa de las compras.
- Roles y Responsabilidades.
- Ejemplos típicos de Estructuras Organizativas.
- **Herramienta:** Vertebrar la Estructura de Compras de un Cliente.

INFORMACIÓN

www.wintusales.com



Email

jlopez@wintusales.com



LinkedIn

[linkedin.com/in/javierlmartin](https://www.linkedin.com/in/javierlmartin)



Phone



+34 606949566



91 694 33 58