

# JORNADA TÉCNICA SOBRE COMPRAS

DIRIGIDA A DIRECTIVOS, EQUIPOS COMERCIALES Y MARKETING

Barcelona-Bilbao-Madrid-Valencia - 26 al 30 Marzo 2019

## Ponente

**Martín Martínez Rupérez**

Director General EPSA/BUYPRO

Especialista en Consultoría de Transformación de Compras.  
Especialista en Negociación, Programas de Desarrollo de  
Proveedores y Planes de Ahorro Corporativo.

Profesor Asociado | Dirección de Compras - Liderazgo en  
Compras - Negociación - Transformación.

[www.linkedin.com/in/martinmartinezruperez](http://www.linkedin.com/in/martinmartinezruperez)



## Organización

**Francisco Javier López Martín**

WinTuSales

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

[www.wintusales.com](http://www.wintusales.com)

### Por qué

Muchas empresas están comprobando, en su día a día, que sus relaciones se articulan a diferencia del pasado- con organizaciones de compras cada vez más eficaces que controlan mucho mejor los procesos de ventas.

### Objetivos

Conocer quién conforma la función de Compras, cómo se organizan, su psicología, objetivos, toma de decisión, trasladar mejores propuesta de valor, Negociación.

### Duración

1 día (7 horas) - Máximo: 15 alumnos  
Presenciales In Company o Aulas Propias.  
Soporte online, adicional, 6 h a utilizar durante los siguientes 3 meses posteriores al curso.

### Beneficios

Aumentar los ratios de ofertas ganadoras, posicionarse como empresa de alto valor, crear un proceso comercial y de preventa más eficaz, acortar el ciclo de venta.

## Dónde - Cuándo - Info

JORNADA TÉCNICA SOBRE COMPRAS

Directivos, Equipos Comerciales y Marketing

### Ciudades

Barcelona, Bilbao,  
Madrid, Valencia

### Fechas

Entre el 26 y el 30 de  
Marzo 2019

### Información

- Precio/Alumno: 435 € + IVA
- Descuento Múltiples Asistentes Empresa/Asociación
- Descuento Registro anticipado antes 15/03
- 1 día ( 7 horas de duración)
- 15 Alumnos máximo por jornada
- Grupos Homogéneos
- 1 Jornada por Ciudad

## JORNADA TÉCNICA SOBRE COMPRAS

Dirigida a Directivos, Equipos Comerciales y Marketing

## Contenido

### CÓMO FUNCIONA COMPRAS

- Actores en el proceso de Compras
- Cómo analizan los compradores a las empresas
- Organización de los Departamentos de Compras en las empresas
- Funciones y objetivos de los Compradores
- El ahorro en Compras y de dónde se obtiene

### EL PROCESO DE COMPRAS

- Ampliar nuestra visión del proceso de Compra del Cliente
- Cómo analizan en Compras a los proveedores
- Proceso de toma de decisión y de adjudicación en Compras
- Cómo se analizan ofertas, empresas y servicios
- Por qué se bloquean o se alargan los procesos de compras

### CONSEGUIR QUE COMPRAS CAPTE SU VALOR

- Qué valor perciben las empresas
- Modelo Service Blueprint
- Tangibilizar el valor (TCO, ROI) para facilitar la toma de decisiones
- Cómo convencer a Compras

### TENDERS Y NEGOCIACIÓN

- Proceso típico de un tender
- Las partes de un tender que los proveedores no conocen
- Benchmark, SOW, SLA, Contrato, negociaciones internas
- Cómo influir en los tenders
- Estrategias de negociación de Compras
- Cómo son los equipos comerciales ganadores

### PRESENTACIONES Y PROPUESTAS

- Mejores prácticas al presentar ofertas
- Qué necesita cada tipo de audiencia
- Qué es una presentación con valor
- Comunicación de precios



Ana Gonzalez Vivas



[agonzalez@wintusales.com](mailto:agonzalez@wintusales.com)



INFORMACIÓN



+ 34 609117260



<http://bit.ly/jornadacompras>