

Contenidos acuerdos comerciales o planes de negocio con fabricantes

Módulo: Acuerdos Comerciales y planes de negocios con Fabricantes para Mayoristas en Latam

1. Fundamentos de la Negociación con Fabricantes:

1.1. Comprensión del Mercado y la Cadena de Suministro:

Análisis de la posición del mayorista en la cadena.

Identificación de los intereses y necesidades del fabricante y del mayorista.

Evaluación de tendencias de mercado y competencia.

1.2. Principios Básicos de la Negociación:

Estrategias de negociación ganar-ganar.

Desarrollo de habilidades de comunicación y persuasión.

Manejo de objeciones y resolución de conflictos.

2. Tipos de Acuerdos Comerciales y sus Beneficios:

2.1. Acuerdos de Volumen y Descuentos:

Negociación de descuentos por volumen de compra.

Establecimiento de metas de venta y bonificaciones.

Programas de fidelización y recompensas.

2.2. Acuerdos de Marketing y Promoción:

Fondos de marketing cooperativo (co-marketing).

Participación en campañas promocionales y eventos.

Apoyo en material publicitario y merchandising.

2.3. Acuerdos de Logística y Distribución:

Optimización de la cadena de suministro y reducción de costos.

Gestión de inventarios y rotación de productos.

Acuerdos de entrega y tiempos de respuesta.

2.4 exclusividad y territorio.

Como manejar las zonas de exclusividad.

Beneficios de manejar productos exclusivos.

Que garantías se deben de solicitar.

3. Elaboración de Planes de Negocio Conjuntos:

3.1. Análisis de Datos y Proyecciones:

Utilización de datos de ventas y tendencias para la planificación.

Elaboración de proyecciones de demanda y crecimiento.

Evaluación de la rentabilidad y el retorno de inversión.

3.2. Desarrollo de Estrategias de Crecimiento:

Expansión de líneas de productos y mercados.

Implementación de estrategias de fidelización de clientes.

Innovación y adaptación a las nuevas tecnologías.

3.3. Establecimiento de Metas y Seguimiento:

Definición de indicadores clave de rendimiento (KPIs).

Establecimiento de plazos y responsabilidades.

Realización de revisiones periódicas y ajustes.

4. Herramientas y Recursos para la Gestión de Acuerdos:

4.1. Sistemas de Información y Seguimiento:

Utilización de software de gestión de relaciones con proveedores (SRM).

Implementación de plataformas de colaboración y comunicación.

manejo de software para llevar el seguimiento de ventas, y hacer las respectivas proyecciones.

4.2. Marco Legal y Contractual:

Aspectos legales clave en los acuerdos comerciales.

Elaboración y revisión de contratos y acuerdos.

Como garantizar la seguridad de los acuerdos pactados.

4.3. Construcción de Relaciones a Largo Plazo:

Como construir relaciones a largo plazo con los fabricantes.

Como mantener una comunicación eficiente.

Que garantías generar para que sean relaciones duraderas y provechosas.