

TAKTIKA KOMERTZIALA:
ZIENTZIA, TRESNAK ETA TEKNIKA KONTRASTATUAK

EMAN IZENA



DATA ETA ORDUTEGIA	Osteguna, irailak 18. 09:30etatik 13:30etara.
FORMATUA	Aurrez aurrekoa.
LEKUA	BAT Dorrea. Kale Nagusia 1, Bilbao, Bizkaia.
IRAUPENA	4 ordu.
PLAZAK	30.
NORENTZAT	10 langile baino gehiagoko ETEentzat bakarrik. • Merkataritza-arloa tresna praktiko eta erabilerrazekin indartzeko interesa duten enpresentzat. • Zuzendaritzako, Marketineko eta Salmentetako arduradunentzat. * Gehienez bi pertsona enpresa bakoitzeko.

IKASKUNTZA HELBURUAK

Erronka hauei erantzuteko irizpideak eta tresnak ematea:

- **Segmentatu, dibertsifikatu eta sendotu zure bezero-zorroatik:** Ikasi bezero-profilak eraikitzen, merkatu-hobi berriak identifikatzen eta eskaintza modu bereizian posizionatzen, funtsezko bezero gutxi batzuen mendekotasuna murriztuz eta oinarri komertzial sendoagoa eta erresilienteagoa sortuz.
- **Bisita komertzialen eraginkortasuna handitzea:** Bisiten plangintza eta kudeaketa hobetu estrategia taktiko argi baten bidez eta adimen artifizial sortzailean (AASan) oinarritutako laguntza-tresnen bidez, kostuak aurreztuz eta aukerak maximizatuz.
- **Salmenta gurutzatuko aukera bakoitza aprobetxatu:** Produktu edo zerbitzu osagarriak identifikatzea, bezero bakoitzaren balioa handitzeko.
- **Bezeroen arreta eta fidelizazioa hobetzea:** Zure bisiten plangintza eta kudeaketa hobetzen du estrategia taktiko argi baten eta AASan oinarritutako laguntza-tresnen bidez, kostuak aurreztuz eta aukerak maximizatuz.
- **AASarekin kudeaketa komertziala optimizatzea:** Ikasi tresna irigarriak aplikatzen, hala nola ChatGPT edo Perplexity, bezeroen segmentazioak sortzeko, datu-baseak eta organigramak eraikitzeko, eta prozesu komertzialaren fase desberdinetara egokitutako edukia sortzeko.

PRESTAKUNTZAREN EDUKIA

1. Zertarako merkataritza taktika bat adimen artifizial sortzailearen laguntzarekin?

Taktika estrategia komertzialaren eta eguneroko ekintzaren arteko katebegi galdu gisa: nola erabili AA arrakala hori ixteko.

2. Profil komertzialak segmentatzea eta sortzea AArekin

Nola erabili Gemini, ChatGPT edo Perplexity bezeroen profilak eraikitzeke, merkaturako datuak aztertzeke eta proposamen bereiziak sortzeke.

3. Bisita komertzialen plangintza eta kudeaketa eraginkorra

- Nor, noiz eta nola bisitatu erabakitzeke tresnak eta irizpideak.
- Agenda komertzialaren lehenespen adimenduna.

4. Prezioen negoziazioa eta marjinen kudeaketa

Proposamenaren balioa defendatzeko eta marjinaren higadura saihesteko teknikak, ondo egituratutako narratiba batetik.

5. Salmenta gurutzatuak identifikatzea eta gauzatzea

Nola ezagutu kontsumo-eredu osagarriak eta nola integratu balio-eskaintzan adibide praktikoen bidez.

6. Merkataritza-ekosistemako jardunbide egokien sistematizazioa eta gida

Enpresaren helburuekin bat egiten duen eta AASaren tresnek babesten duten lan komertzialaren estiloa eraikitzea.

NOREKIN



ANA BLANCO

Bentas Taldeko bazkide fundatzailea

20 urte baino gehiagoko esperientzia du industria-arloko enpresa-taldeein eta ETEei laguntzen merkataritza-aholkularitzako proiektuak inplementatzen, eta 40 urte baino gehiagoko espezializazioa du telefono-negoiazioan. *Call center*-ak sortzen lagundu du, eta arlo horretako irakasle eta *coach* gisa jardun du.

Bere ibilbideak prestakuntza zein ikerketa aplikatua hartzen ditu bere baitan, eta, horri esker, strategiaren eta operatibaren arteko zubi gisa balio duten 35 tresnako zorro bat garatu du, industria-enpresa txiki eta ertainei berariaz egokitutakoa.

