

# III Foro de Innovación Comercial

*modelos de competencia y fidelización de clientes*

Madrid, 21 de junio de 2011  
Hotel NH Ribera del Manzanares



# III Foro de Innovación Comercial

## Modelos de competencia y fidelización de clientes

**andimac**

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN



- El próximo 21 de junio, martes, Andimac celebra el **III Foro de Innovación Comercial**, en esta ocasión centrado en *modelos de competencia y fidelización de clientes*.
- El mercado se ha contraído de forma que apenas podía imaginarse hace tan solo tres años. El actual escenario no puede ser interpretado como una crisis, sino como una nueva realidad. Llegarán crecimientos, pero también una competencia más agresiva y con otra capacidad de llegar al mercado, por lo que nada volverá a ser igual. Todo está cambiando y debemos ser capaces de seguir la estela del cambio potenciando nuestros puntos fuertes y ofreciendo a nuestro mercado un nuevo modo de planificar la acción comercial.
- En el plano de la demanda, los dos únicos nichos de mercado con potencial de crecimiento (al margen de la obra nueva) son los ligados a la calidad de vida de personas y familias y la eficiencia energética, en especial de edificios, pero es necesario presentar una actuación comercial diferenciada y una propuesta de valor singular en nuestro mercado local. En este foro se presentarán los modelos Cuidatucasa y Green Building Council España.

# III Foro de Innovación Comercial

Modelos de competencia y fidelización de clientes

**andimac**

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN



- **Lugar de celebración:** Día 21 de junio, Hotel NH Ribera del Manzanares, Paseo Virgen del Puerto, 57. Madrid
- **Programa:**
  - 11:00-12:00 h.: **Mónica Mendoza:** *El profesional y el prescriptor, una relación creciente y rentable para el punto de venta.*
  - 12:00-13:15 h.: **Félix Cuesta:** *Customering, aprovechar las oportunidades en la sociedad del low-cost.*
  - 13:15-14:00 h.: **Carlos García:** *GODMA: ventajas directas para el empresario.*
  - 14:00-15:15 h.: **Comida.**
  - 15:15-16:15 h.: **Rafael Muñiz:** *lareformademicasa.com: cómo generar oportunidades para la empresa local en un mundo global*
  - 16:15-17:45 h.: **Bartolomé Alarcón:** *Adaptar la empresa al presente: trabajar de puertas para dentro.*
  - 17:45-18:30 h.: **Mesa Redonda:** *Cuida tu casa y Green Building España: una nueva propuesta de valor para mejorar la proyección comercial de la empresa.*

# III Foro de Innovación Comercial

## Modelos de competencia y fidelización de clientes

**andimac**

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN



**Félix Cuesta:** Doctor (PhD) en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá, Executive MBA por el Instituto de Empresa de Madrid. Entre sus intervenciones en foros de economía y empresa destaca su participación, única en un experto español, en la reunión anual de Premios Nobel de Economía, Nobels Colloquia. Ha ocupado puestos de dirección a nivel nacional e internacional, en grandes empresas nacionales y multinacionales (ITT, DEC, Burroughs, Banesto, Proudfoot, Coopers&Lybrand) y ha creado proyectos empresariales como DECdirect, MISCO, TAISA Direct o consultpyme.com. Participa en el desarrollo de empresas con actividad centrada en la pyme comercial, creando modelos de gran reconocimiento como el customering.

***Customering, aprovechar las oportunidades en la sociedad del lowcost:*** La caída recurrente del consumo interno, junto a la aparición de nuevos operadores con gran penetración de marca, requieren que la Pyme de distribución de materiales de construcción aplique nuevos procedimientos de aproximación al cliente y, principalmente, de creación de valor percibido tanto por su actual cliente como por potenciales. Cuesta ha desarrollado el concepto de “customering”, basado en una matriz metodológica que permite medir los resultados, y que ayuda a la empresa a conocer a su cliente, sus necesidades y proyectar un modelo de negocio sostenible a largo plazo.

## III Foro de Innovación Comercial

### Modelos de competencia y fidelización de clientes

**andimac**

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN



**Mónica Mendoza:** Experta en ventas y fidelización, con un gran conocimiento de la práctica comercial y en especial de nuestro sector, Mendoza es licenciada en psicología y master en dirección comercial, es profesora de Márqueting de la UAB, de EAE Business School y una de las principales referencias a nivel de ventas y motivación de equipos comerciales por sus ideas innovadoras, prácticas y con resultados en el mundo de las pymes.

Considerada una de las cuatro mejores expertas en venta el año 2010, Mendoza colabora de forma habitual con empresas del sector así como con gremios profesionales de albañilería, así como con colegios de arquitectos, arquitectos técnicos y decoradores.

***El profesional y el prescriptor, una relación rentable para la empresa:*** A menudo la empresa centra sus esfuerzos en captar clientes y no presta la atención que merecen los actuales. No hay inversión más rentable que mejorar la cuenta individual de cada cliente, y para ello hay que ofrecerle soluciones que le ayuden a sentir un compromiso con la empresa. En especial con los clientes profesionales, desde pequeños reformistas a arquitectos, que son quienes día a día generan la actividad recurrente de la empresa. La proliferación de grandes formatos dirigidos al perfil del reformista (albañil, fontanero, alicatador, etc...) requiere generar nuevas propuestas de valor para un público sobre el que se cimienta la actividad empresarial de gran número de empresas del sector.

# III Foro de Innovación Comercial

## Modelos de competencia y fidelización de clientes

**andimac**

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN



**Bartolomé Alarcón:** Bartolomé es ingeniero industrial por la Escuela Superior de Ingenieros Industriales de Sevilla, MBA por el Instituto de Empresa de Madrid. Como docente, es profesor asociado en la Escuela de Ingenieros de Sevilla y profesor del Área de Política de Empresa de Instituto Internacional San Telmo, del que es autor de numerosos casos de empresa y artículos. Como ejecutivo, ha trabajado en altos puestos de empresas en los sectores de informática, metal y servicios. Ha desarrollado frecuentemente el lanzamiento de nuevos servicios y la creación de empresas. Con experiencia internacional, llegando a ser persona consultiva de la DG. XII y DG. XIII de la C.E.E.. Forma parte de varios Consejos de Administración de empresas y multinacionales.

***Adaptar la empresa al presente para consolidar el futuro, trabajar de puertas para adentro:*** A menudo miramos al exterior para encontrar soluciones a los problemas. Sin embargo, fortalecer la dimensión comercial de la empresa requiere no sólo de una apuesta comercial, sino de un trabajo previo de reconversión del propio modelo de empresa. Trabajar de puertas para adentro significa introducir mejores prácticas en todos y cada uno de los procesos de nuestras empresas. No se trata de mirar atrás, sino de mirar adelante con unas lentes que permitan adaptar la vista a una realidad en extremo compleja

## III Foro de Innovación Comercial

### Modelos de competencia y fidelización de clientes

**andimac**

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN



**Rafael Muñiz:** Socio director de Rmg & Asociados, ha desarrollado modelos de éxito en nuestro sector en materia de márketing y organización comercial. Creador y Presidente del Foro Internacional del Marketing. Profesor de Marketing de CEF y autor de varios libros, el último, Marketing en el Siglo XXI, primer libro de Marketing gratuito en Internet. Colaborador habitual de diferentes medios de comunicación y conferenciante en diversas Escuelas de Negocios y Foros Empresariales. Asimismo, ha creado la Matriz RMG, herramienta de Marketing Estratégico que evalúa el nivel de competitividad en las empresas.

***Lareformademicasa.com: cómo generar oportunidades para la empresa local en un mundo global:*** Muñiz presentará los objetivos que se persiguen con la iniciativa sectorial [lareformademicasa.com](http://lareformademicasa.com) y, a partir de ahí, planteará diferentes soluciones para optimizar los recursos tecnológicos de la empresa y utilizarlos como herramientas prácticas de acción comercial. Ofrecerá una visión ágil y práctica del concepto de servicios y márketing ligada a nuestra actividad. En su intervención expondrá los criterios que debe seguir la empresa para lograr que sus vendedores abandonen la actitud pasiva tradicional de *mostrar* producto para *vender* soluciones.

# III Foro de Innovación Comercial

## Modelos de competencia y fidelización de clientes

**andimac**

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN



*Y además presentaremos*



Con GBC España Andimac colabora para ofrecer a las empresas asociadas la mejor información y servicios ligados con la rehabilitación energética de edificios, y la posibilidad de ser partícipes de esta organización de prestigio internacional tanto a nivel de administraciones como técnico.

Durante esta década, la única partida de gasto público relevante va a ser la ligada al ahorro, y en el caso de la edificación esto significa que los incentivos de la administración al sector de la construcción van a centrarse en el ahorro energético de edificios. La rehabilitación energética de edificios es a medio plazo la única rehabilitación realmente posible en España. De la alianza entre Andimac y GBCe las empresas asociadas podrán ser, además, empresas certificadoras.



Andimac e IBV-Cuida han decidido impulsar a través de las empresas asociadas la marca Cuidatucasa, para ofrecer a la empresa una serie de valores comerciales diferenciales y aplicables a partir de la utilización de una metodología comercial

concreta y un conocimiento que trascienda la mera visión utilitaria de los materiales para integrar los en la experiencia de la calidad de vida del cliente, de forma que se genere el mayor grado de confianza y complicidad con el punto de venta, se estimule la decisión de compra, la fidelidad y la mejora de la rentabilidad media de las operaciones. Todo ello avalado por una de las instituciones más prestigiosas a nivel europeo en conocimiento e investigación científica en calidad de vida: IBV.



# III Foro de Innovación Comercial:

## Hoja de inscripción

### DATOS PERSONALES

Nombre y Apellidos:

Domicilio:

Localidad:

Provincia:

### DATOS DE FACTURACIÓN

Razón Social:

NIF / CIF:

Domicilio:

Localidad:

C.P.:

Provincia:

Teléfono:

E-mail:

**CUOTAS DE INSCRIPCIÓN** \*Incluye comida \*\* Precios IVA incluido.

**SOCIOS DE ANDIMAC: 35 euros**

**NO SOCIOS 150 euros**

### FORMA DE PAGO:

Transferencia Bancaria: **Caixa Catalunya 2013-1106-44-0200345553**

**Concepto: I Foro Innovación Comercial ANDIMAC.** Para finalizar la inscripción deberá enviar al correo [servicios@andimac.org](mailto:servicios@andimac.org) este archivo con todos los campos de este boletín cumplimentados y una copia de la transferencia bancaria

# III Foro de Innovación Comercial

Modelos de competencia y fidelización de clientes

**andimac**

ASOCIACIÓN NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN



Este evento es posible gracias al Patrocinio Global de:



Y al patrocinio de:



Para más información, puede contactar con nosotros a través del correo [administrador@andimac.org](mailto:administrador@andimac.org) o bien del teléfono 687 817 922