



MARKEYTING UP!!

0028
0005
2010

LAS CLAVES DEL ÉXITO EN LOS NUEVOS MERCADOS



100 C
LAURA CANTIZANO
"Cómo vender en 59 segundos"



202 C
JAVIER ARNAL
"Gestión del tiempo, marcar metas"



300 C
IGNACIO CASTILLO
"Marketing de guerrilla"



400 C
LUIS GALINDO
"Optimismo inteligente"

PARA CONSULTAR EL PROGRAMA Y DESCARGAR EL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN, PINCHA SOBRE LA IMAGEN



ORGANIZAN

Imhotep servicios
CONSULTORA DE GESTION

PATROCINAN

AYUNTAMIENTO  **CASTELLÓN**
Comercio

COLABORAN

 **ede**
ESCUELA DE EJECUTIVOS

AMEC
Asociación Provincial
de Mujeres Empresarias
de Castellón

 **adComunica**
asociación para el desarrollo de la comunicación

 **AJOVE**
Asociación Jóvenes Empresarios de Castellón

 **idearideas[®]**
COMUNICACIÓN VISUAL

 **DIPUTACIÓN
DE
CASTELLÓN**

 **Castellón Empleo**

 **Carmona 1952**
SEGUROS
INMOBILIARIA

 **Interdès**
MOBILIARIO DE OFICINA

 **XING**

 **Costa Azahar
Castellón**
Interior

 **CEEI**
CASTELLÓN
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

 **SMI**
SUCCESS MOTIVATION INSTITUTE - SPAIN



 **PYMEC**
Contribución
Castellonense
de la
Pequeña y Mediana
Empresa

 **PACO ROCA**
GRUPO TORINI

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

0930**001 LAURA CANTIZANO***"Cómo vender en 59 segundos"*

Todo lo que haces en el proceso de venta, desde el primer contacto hasta el cierre y la posterior entrega del producto o servicio, tiene un efecto. Nada es neutral. Todo ayuda o daña. Nada puede dejarse al azar. Todo cuenta.

Los mejores vendedores creen en sus compañías y en el valor para el cliente de sus productos o servicios. Parece que exista una relación directa entre su fe en su producto o servicio y la facilidad con que puede convencer a un comprador para que crea en él. << El creer es lo que crea el hecho.>>

El cliente piensa <<¿Te importo?>> Si no responde que sí en uno o dos minutos, el cliente calladamente perderá interés en hacer negocio con usted.

Hacer que el cliente hable y hacer que se venda él mismo el producto.

El cliente necesita confiar en el vendedor y solamente lo hará si el vendedor puede demostrarle las características, ventajas y beneficios de su empresa, producto y servicio. También es clave transmitirle las diferencias respecto a la competencia y aportarle información de las nuevas tendencias del mercado. La ignorancia del vendedor crea desconfianza en el cliente. Y sin confianza no hay venta.

Técnica del Sandwich. La técnica del sandwich se realiza estructurando la argumentación de la siguiente manera: Se dicen primero las ventajas, segundo el precio, y tercero el beneficio.

**COFFEE BREAK****1130****002 JAVIER ARNAL***"Gestión del tiempo, marcar metas"*

Una vez fijados los objetivos y definidas las metas empresariales, resulta crítico planificar nuestra actividad personal en el mes, semana y día en base a criterios de rentabilidad, potenciando aquellas actividades que producen mayores resultados en mi trabajo y que, por tanto, aportan mayor valor a mi gestión directiva.

En el caso de numerosos directivos, la respuesta a preguntas como...

¿Terminas el día habiendo realizado todas las tareas que te habías propuesto?

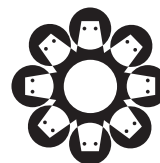
¿Te sientes atrapado por el día a día?

¿Trabajas demasiadas horas porque son otros los que manejan tu tiempo?

¿Tiene ello como consecuencia la poca dedicación a tu familia o aficiones?

... reflejan la situación de baja productividad en la que se encuentra atrapado.

En esta conferencia se pretende introducir a los asistentes al concepto de productividad personal como factor crítico en el logro de las metas empresariales, y los ingredientes que optimizan este factor.

1300**MESA REDONDA***"Tendencias, redes sociales y nuevas oportunidades"*

Juan Carlos Enrique, director de Onda Cero Castellón y secretario de ADComunica.

Javier Roca, director de Paco Roca Grupo Torini y Presidente de la Asociación de Jovenes Empresarios de la Comunidad Valenciana.

Esteban Rodrigo, director de E.R. Social Media Consulting y Ambassador de la red social Xing.

**COMIDA****1530****003 IGNACIO CASTILLO***"Marketing de guerrilla"*

Marketing de guerrilla, técnicas de comercialización para tiempos de crisis.

Diferencia entre marketing tradicional y marketing de guerrilla

¿Cómo enseñar la creatividad?

Quieres conseguir los objetivos de tu empresa? Puedes hacerlo con creatividad, con la sorpresa y poca inversión, métodos poco convencionales.

Ejercicio de creatividad. Atrévase y gane dinero

Cómo despertar la creatividad en su empresa.

Proceso de innovación dentro de la empresa

La mejor manera de llamar la atención y captar nuevos clientes.

Las nuevas tendencias: redes sociales, webs, blogs,...

Técnicas de comercialización de choque para tiempos de crisis

¿Por qué me compran?

¿Cómo vendo?

¿A quien vendo?

**COFFEE BREAK****1720****004 LUIS GALINDO***"Optimismo inteligente"*

Los mejores líderes emocionan, inspiran pasión y entusiasmo en los demás. Esta energía que transmiten sale de su interior, es la automotivación y, lo que es más importante, se puede desarrollar voluntariamente!

La automotivación es indispensable para el desarrollo del liderazgo personal, sería interesante plantearnos la siguiente pregunta: ¿cómo podemos mantener nuestro propio nivel de motivación en un estado óptimo?, es decir, como generar la capacidad personal para plantearse objetivos e implementar acciones que nos permitan alcanzar nuestras metas.

La automotivación también es la capacidad que tenemos para no desfallecer ante los obstáculos, por difíciles que nos parezcan. Dicha capacidad implica orientación al logro, creatividad, iniciativa, optimismo, fe y confianza en uno mismo y en los demás.

También se refiere a lo que nos pone en ¿movimiento?, nos impulsa a desarrollar la capacidad para entusiasmarlos con nuestras tareas diarias, hacerlas de la mejor manera y controlar los factores que nos desvían de nuestros objetivos, de esta forma mejoramos nuestro rendimiento y liderazgo personal.

Liderar un proyecto empresarial exige ser capaz de crear espacios donde las personas estén permanentemente dando lo mejor de sí mismos, y una de las competencias comunes a todos los líderes que lo consiguen es el Optimismo Inteligente..

**ME
APUNTO!!**



MARKEYTING UP!!

0028
0005
2010

LAS CLAVES DEL ÉXITO EN LOS NUEVOS MERCADOS

HOTEL LUZ
CASTELLÓN

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

Apellidos:		Nombre:	
Empresa:		Actividad:	
Cargo:			
Dirección:			
Localidad:		Teléfono:	
Email:		Web:	
¿Cómo se enteró de este Evento?			

Incluye: Ponencias jornada completa, Comida, 2 coffees. Networking. Certificado de asistencia.

TARIFAS DE INSCRIPCIÓN

Tarifa Individual (antes 21 de mayo): 95€

Tarifa Estrella grupo Empresa:

A partir de 3 personas por empresa 80€ por persona

Último día inscripciones. Lunes 24 de mayo del 2010

Número de Cuenta:

2080 0832 71 0040005244

Se ruega enviar la hoja de inscripción junto con la transferencia bancaria a:
congreso@idearideas.com o al número de fax 964 536 585

Confidencialidad de los datos.

En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y art. 21 de la Ley 34/2002 SSI de correo electrónico, le informamos que los datos personales que haya facilitado en esta comunicación o facilite en el futuro están incorporados a un fichero creado por Imhotep Asesores SL, con la finalidad de poder gestionar la relación comercial que nos vincula e informarle de nuestros servicios y si usted no desea recibir más información sobre nuestros servicios, puede darse de baja en la siguiente dirección de correo electrónico [HYPERLINK "mailto:info@imhotepservicios.com" info@imhotepservicios.com](mailto:info@imhotepservicios.com).

En virtud de lo dispuesto en el artículo 15 y siguientes de la LOPD y en los términos que indica su Reglamento de desarrollo aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, en cualquier momento usted podrá ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, dirigiéndose por escrito a Imhotep Asesores SL, CL. Prim 12 3 D, Castellón, 12003.