



COMM0123 Marketing, distribución comercial y fuerza de ventas

Sku: PC901

Horas: 23

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Identificar las diferentes técnicas e instrumentos relacionados con el marketing de la empresa y la gestión de la fuerza de ventas.

CONTENIDOS

Unidad 1: Marketing, distribución comercial y fuerza de ventas en la empresa

- Bienvenido a la unidad Marketing, distribución comercial y fuerza de ventas en la empresa. En 10 minutos conocerás el mapa general que conecta cómo una marca entiende a su cliente (marketing), cómo llega con la oferta al lugar y momento correctos (distribución y logística) y cómo convierte esa intención en acuerdos reales (fuerza de ventas).
- Usaremos ejemplos cercanos, como una botella reutilizable con filtro, para mostrar decisiones clave: elegir canales directos o con intermediarios, coordinar inventarios y entregas, organizar al equipo comercial y medir con indicadores sencillos. Después, en las lecciones de contenido, profundizarás en cada tema con herramientas, casos y métricas.
 - Sistema y funciones de distribución

- En esta lección comprenderás a fondo cómo se diseña y opera un sistema de distribución que conecta tu oferta con el mercado, creando valor en cada paso. Empezaremos por definir qué es un canal de distribución, diferenciarlo de la logística y recorreremos su arquitectura (longitud, anchura e intensidad), los modelos de coordinación (vertical, horizontal y multicanal) y los actores clave del ecosistema (mayoristas, distribuidores, minoristas, agentes, marketplaces y operadores logísticos).
- Profundizaremos en las funciones esenciales de la distribución (surtido, fraccionamiento, almacenamiento, transporte, información, negociación, financiación y posventa), en las decisiones estratégicas para elegir canales directos/indirectos/mixtos, y en las reglas de convivencia que evitan conflictos. Cerraremos con economía del canal (márgenes y coste de servir), datos y tecnología (EDI, POS, CPFR) y casos prácticos para que puedas aplicar los conceptos de inmediato, midiendo lo que importa.

- Logística y tecnologías de la distribución

- Esta lección te lleva del plan al muelle de carga: cómo prever la demanda, decidir cuánto inventario tener, organizar un almacén que fluya, planificar transporte y última milla, e incorporar tecnologías (WMS, TMS, OMS, ERP, RFID, analítica e IA) para ejecutar con precisión. Traducimos conceptos a decisiones prácticas, con ejemplos y checklists.
- Aprenderás a equilibrar servicio, coste y capital; a diseñar políticas de inventario con punto de pedido y stock de seguridad; a elegir métodos de picking; a consolidar cargas y mejorar la última milla; a medir OTIF, perfect order y costo por pedido; y a gestionar devoluciones, sostenibilidad y resiliencia. Todo para que cada promesa comercial se convierta en una entrega impecable.

- Gestión de intermediarios y canales

- Aprende a seleccionar, activar y co-gestionar intermediarios que realmente aporten valor a tu marca y a tu cliente. En esta lección transformarás la estrategia de canales en reglas operativas claras: cómo elegir socios, cómo alinear incentivos, cómo fijar acuerdos de nivel de servicio (SLA) y cómo prevenir conflictos entre tu canal directo, distribuidores, retail y marketplaces.
- Trabajaremos con marcos prácticos (ciclo de vida del socio, scorecards, plantillas de SLA), ejemplos aplicados y actividades de refuerzo. El objetivo: que salgas con un plan

accionable para gobernar tu ecosistema de canales con rentabilidad, coherencia de marca y una experiencia del cliente superior.

- Diseño del equipo de ventas

- En esta lección transformarás la estrategia comercial en una organización real: estructuras de equipo (geografía, segmento, producto, canal y funcional), roles clave (SDR/BDR, AE, KAM, CSM, preventa), diseño de territorios, cálculo de capacidad y cuotas, proceso de ventas en el CRM, habilitación (playbooks, 30–60–90) y tecnología esencial (CRM, cadencias, analítica, CPQ, firma electrónica).
- Trabajaremos con ejemplos aplicados al caso de la marca de botellas con filtro y te llevarás plantillas prácticas, métricas que de verdad mueven la aguja y decisiones de compensación que evitan empujar inventario a fin de mes. El objetivo: una fuerza de ventas productiva, motivada y alineada con marketing, distribución y logística.

- Organización y control de ventas

- Convierte tu estrategia comercial en resultados medibles. En esta lección aprenderás a construir un plan de ventas claro, diseñar cuotas alcanzables, prever con rigor (forecast), instalar un tablero mínimo que guíe decisiones semanales y aplicar control ético que proteja la experiencia y el margen. Además, reforzarás técnicas de venta personal adaptadas a cada canal y te llevarás plantillas listas para usar.
- Trabajaremos con ejemplos prácticos, fórmulas simples y checklists para que puedas pasar del papel a la ejecución: metas concretas por canal, pipeline calibrado, cadencias de gobierno, matriz de descuentos, y un proceso consultivo que cierra acuerdos sin guerras de precio. El objetivo: consistencia, previsión honesta y mejora continua

- Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- Este taller de escritura te invita a convertir en decisiones prácticas lo aprendido sobre marketing, distribución comercial y fuerza de ventas. Trabajarás con libertad creativa para diseñar tu mapa de canales, un mini plan de ventas y un guion de conversación comercial.

- Puedes usar el caso de la botella con filtro de la unidad o adaptar las consignas a tu propio producto o servicio. La meta es que consolides conceptos clave con ejemplos concretos, supuestos simples y un enfoque muy aplicado.
 - Role playing y estado de avance
- Refuerza los conceptos clave de la unidad con un repaso activo y una simulación de negociación. Primero, utiliza tarjetas de memoria para consolidar términos, métricas y decisiones críticas sobre canales, logística y fuerza de ventas.
- Después, pon en práctica lo aprendido en un role play B2B con una compradora de una cadena de gimnasios: define un piloto, cierra un SLA medible y alinea la convivencia con tus otros canales. Esta revisión te prepara para la evaluación con foco en lo práctico.
 - Evaluación de la unidad
- Comprueba tu dominio de los conceptos clave de la unidad "Marketing, distribución comercial y fuerza de ventas en la empresa". Encontrarás preguntas de opción múltiple sobre diseño de canales, logística, gestión de intermediarios, fuerza de ventas, organización y control comercial.
- Lee con calma cada enunciado y elige la opción que mejor refleje lo aprendido. Podrás avanzar y retroceder entre pantallas antes de finalizar.

Unidad 2: Comunicación y promoción estratégica empresarial

- Bienvenida y bienvenido a la unidad "Comunicación y promoción estratégica empresarial". Aquí vas a ordenar las piezas clave de toda campaña efectiva: qué decir, a quién, dónde, cuándo y cómo medir si funcionó, sin improvisar ni perder coherencia de marca.

- Trabajaremos con una mirada práctica: mensaje (promesa y razones para creer), audiencia (buyer persona y momentos de entrada), medios POEM (pagados, propios y ganados), embudo (de descubrimiento a fidelización) y métricas esenciales. El objetivo es que salgas con claridad y ganas de aplicar, para profundizar en las siguientes lecciones.
- Comunicación en marketing: conceptos y herramientas
- Esta lección te guía paso a paso para diseñar una comunicación de marketing integrada (IMC) que conecte propuesta de valor, mensaje y medios con medición clara. Partimos de un mapa de ruta en cinco etapas, construimos una arquitectura de mensajes sólida (promesa, RTB, tono y CTA), elegimos canales con el marco POEM y cerramos con métricas esenciales, pruebas de incrementalidad y operación diaria con UTM y tablero mínimo.
- Trabajaremos con el caso ficticio de la botella reutilizable con filtro y con ejemplos transferibles a cualquier categoría. Saldrás con criterios prácticos, plantillas y ejercicios para convertir ideas en campañas coherentes, medibles y éticas.
 - Diseño de campañas publicitarias y medios
- Convierte tu estrategia en una campaña que realmente mueva el negocio. En esta lección aprenderás a pasar del brief a la ejecución con un plan de medios coherente, medible y optimizable: objetivos por etapa del embudo, selección de canales con el marco POEM, calendario (continuidad, flighting, pulsing), calidad de impresión (viewability e IVT), brand safety/suitability y experimentación para demostrar incrementalidad.
- Trabajaremos con ejemplos aplicados al caso ficticio "Hidrátate mejor" (botella reutilizable con filtro) y te llevaremos de la arquitectura creativa a los tableros de control, con plantillas, checklists y decisiones en vuelo. Al final, tendrás un mini playbook para salir al aire con confianza y medir sin autoengaños.
 - Relaciones públicas y gestión de reputación
- Aprende a construir y proteger la credibilidad de tu marca con un sistema práctico de relaciones públicas y gestión de la reputación. De la "casa de mensajes" y el mapa de grupos de interés a la caja de herramientas de RR. PP., medición con el marco AMEC, escucha social y planes de crisis con plantillas listas para usar.

- Trabajaremos con el caso ficticio de la botella reutilizable con filtro y te llevaremos, paso a paso, desde la prevención (mensajes y evidencias) hasta la respuesta (3A: reconocer, disculparse si corresponde y actuar), con ética y transparencia al centro. Cerrarás con actividades de repaso y un cuestionario para medir tu dominio.
 - Promoción de ventas: herramientas y control

- En esta lección aprenderás a diseñar, ejecutar y medir promociones de ventas que aceleren la prueba y la recompra sin dañar el precio de referencia ni el margen. Ordenaremos el mapa de mecánicas al consumidor y al canal (trade), veremos riesgos ocultos como pantry loading y forward buying, y estableceremos guardas de marca y de cumplimiento.
- Además, dominarás la medición de incrementalidad y el cálculo del punto de equilibrio del descuento ($u = d/(m - d)$), integrarás estándares modernos (como cupones serializados GS1 AI 8112) y practicarás con un caso aplicado: el "Pack Hidratación" de la botella con filtro. Saldrás con plantillas, checklists y criterios causales (holdouts, geo-experimentos) para decidir con rigor.
 - Marketing digital y redes sociales

- Convierte el ruido de likes y vistas en un sistema. En esta lección aprenderás a orquestar marketing digital y redes sociales con cabeza estratégica: una historia única que vive en cinco frentes (orgánico, pagado, creadores, social commerce y social care), con métricas claras, pruebas controladas y respeto por las personas y sus datos.
- Pasaremos de la teoría a la práctica con checklists, plantillas y un caso aplicado (la campaña ficticia "Hidrátate mejor"). Al finalizar, tendrás un guion operativo de 30-60-90 días, criterios para decidir dónde invertir, y herramientas para medir impacto real en ventas y en marca, sin depender de modas ni de trucos efímeros del algoritmo.
 - Estrategia de ventas con perspectiva ecológica

- Convierte el desempeño ambiental real de tu oferta en argumentos comerciales que venden: menos slogans, más evidencias. En esta lección aprenderás a traducir impactos (LCA/huella/EPD) en beneficios funcionales y económicos para B2C y B2B,

redactar claims que cumplen normativa (UE y EE. UU.) y diseñar promociones que aceleran sin erosionar precio ni confianza.

- Trabajaremos con el Mapa Eco?Valor (MEV), un guión operativo para mensajes y canales (POEM), controles de margen y medición dual (KPI de negocio e indicadores ambientales). Cierra con checklist, role práctico y preguntas para salir listo a vender con una historia ecológica verificada y eficaz.
 - Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección pondrás en práctica lo aprendido sobre comunicación y promoción estratégica. Redactarás piezas originales que conecten propuesta de valor, mensajes, medios y medición, y diseñarás una promoción con guardas de marca. Además, ensayarás respuestas reputacionales claras y responsables ante un rumor sensible.

- El objetivo es transformar conceptos en texto persuasivo y medible: manifiesto y arquitectura de mensajes con POEM y KPI, una promoción que acelere la prueba sin erosionar el margen, y un holding statement con respuesta en redes, todo con tono humano, evidencia (RTB) y foco en resultados.
 - Role playing y estado de avance

- Repasa los conceptos esenciales de la unidad y ponlos en práctica con un role play guiado. Empezarás con una sesión intensiva de flashcards para fijar definiciones, fórmulas y marcos (IMC, POEM, métricas, incrementalidad, RR. PP., promociones, social y sostenibilidad). Luego, simularás un "war room" de lanzamiento para defender decisiones de mensajes, medios, promoción y medición causal.

- Al terminar, tendrás más claridad sobre qué funciona, qué ajustar y qué probar en tu campaña, con foco en coherencia de marca, resultados y reputación.
 - Evaluación de la unidad

- Esta lección evalúa tus conocimientos sobre comunicación y promoción estratégica: IMC, POEM, diseño de campañas y medios, métricas clave, relaciones públicas y reputación, promoción de ventas con control, marketing digital y redes, y ventas con

perspectiva ecológica.

- Responde las preguntas de opción múltiple aplicando los conceptos, fórmulas y buenas prácticas vistas en la unidad. Procura leer con atención cada enunciado y seleccionar la alternativa más adecuada.

Unit 3: Evaluación final

- Esta evaluación final integra los aprendizajes clave del curso "Marketing, Distribución Comercial y Fuerza de Ventas", incluyendo diseño de canales y logística, gestión de intermediarios y fuerza de ventas, comunicación y promoción estratégica (IMC/POEM), métricas, incrementalidad y buenas prácticas de gobierno comercial.
- Encontrarás instrucciones iniciales, un bloque de preguntas de opción múltiple y, al final, una actividad de respuesta escrita que se seleccionará aleatoriamente. Lee cada enunciado con calma y responde con base en los conceptos y criterios vistos en el curso.