



Andrés Vidal, director del Centro de Marketing Industrial de la Universidad de Chile.

II Congreso de “negocios para negocios” en octubre UN NUEVO IMPULSO AL USO DEL MARKETING INDUSTRIAL EN EL PERÚ

No es lo mismo vender un nuevo jabón a las amas de casa o un nuevo sabor de helado a los niños que cerrar un acuerdo para suministrar al fabricante los insumos de esos productos. Eso lo entendieron bien los especialistas en mercadotecnia al sentar los conceptos de lo que hoy es el Marketing Industrial, también conocido como Marketing B2B (siglas en inglés de “negocios para negocios”).

En buena lid, con el Marketing B2B se busca afianzar relaciones permanentes entre empresas pero a un nivel industrial. A pesar del auge y expansión que han tenido las empresas peruanas, aún es incipiente en sus estrategias la aplicación del Marketing Industrial.

“La gran mayoría de empresas utiliza metodologías estándar de marke-

ting, las cuales, por naturaleza, tienen enfoques de consumo masivo más que B2B”, señala Andrés Vidal, director del Centro de Marketing Industrial de la Universidad de Chile.

Pero el Marketing B2B ha empezado a ganar terreno de a pocos apoyado en los resultados que brinda y en la mayor especialización de los gerentes de Marketing de las empresas más sólidas y ambiciosas.

“Las buenas acciones de Marketing B2B son llevadas por los líderes de las compañías que tienen una visión de mediano y largo plazo y conocen la industria donde se encuentran. Estos líderes tienen un pensamiento estratégico de cómo dirigir los movimientos de la organización y piensan en un marketing de carácter estratégico con foco en el ‘business to business’”, ahonda Vidal.

Para fortalecer la difusión y acogida del Marketing B2B, el 20 de octubre próximo se realizará el II Congreso de Marketing Industrial que es organizado por el Centro de Marketing Industrial de la Universidad de Chile.

En esta segunda versión del congreso se espera la presencia de 100 ejecutivos de compañías industriales de todo el Perú con quienes, según explica Vidal, se dará inicio “al plan de actividades de Marketing B2B en Lima” que no sólo comprende el congreso sino también la formación de un círculo de empresas que trabajen en temáticas B2B.

En el congreso se abordará el lanzamiento y desarrollo de nuevos productos y servicios, “poniendo énfasis en la realización técnica de la innovación” orientada a modificar resultados reales en las empresas y los clientes.

El expositor principal será Fernando Jaramillo, que cuenta con un PhD en la University of South Florida y que actualmente es el director del Departamento de Marketing de la Universidad de Texas en Arlington (Estados Unidos).

Jaramillo, quien ha publicado más de 40 artículos relacionados con ventas en revistas académicas especializadas, expondrá el “Desarrollo de Productos y Servicios” y realizará un taller de “Modelo Aplicado de Lanzamiento y Desarrollo B2B”.



2° CONGRESO
INTERNACIONAL DE
MARKETING INDUSTRIAL

LAUNCH & DEVELOPMENT OF NEW PRODUCTS & SERVICES



20. /LIMA.PERU
/OCT SONESTA HOTEL
PANCHO FIERRO 194. SAN ISIDRO

PRE-VENTA | Hasta el 10 de septiembre

| INDIVIDUAL | | |
|------------|-----------|------------|
| NETO | IGV | TOTAL |
| USD/510 | USD/91.80 | USD/601.80 |
| GRUPAL | | |
| NETO | IGV | TOTAL |
| USD/460 | USD/82.80 | USD/542.80 |

VALOR NORMAL

| INDIVIDUAL | | |
|------------|------------|------------|
| NETO | IGV | TOTAL |
| USD/560 | USD/100.80 | USD/660.80 |
| GRUPAL | | |
| NETO | IGV | TOTAL |
| USD/510 | USD/91.80 | USD/601.80 |

INCLUYE

Materiales
Desayuno, almuerzo y coffee breaks
Certificado de participación emitido por el
Centro de Marketing Industrial de la
Universidad de Chile.

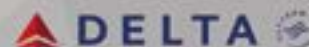
ORGANIZA



MEDIA PARTNER



COLABORA



Úrsula Gutiérrez
+51 1 2424029 / +51 1 2422731 / Anexo 26
Móbil: 981077638

Sandra Gutiérrez
+51 1 2424029 / +51 1 2422731 / Anexo 27
Móbil: 950104158

info@prensagrupo.com
www.cmiuchile.cl