PONENTE

OSCAR SÁNCHEZ GANDARIAS

Licenciado en Administración de Empresas por la Facultad de Ciencias Económicas de la UPV en Bilbao y Postgrado en Dirección General por el IESE (PDG).

Actualmente es Socio-Director General en Apliqa, firma de consultoría de estrategia y desarrollo de negocio para el sector de materiales de construcción. Así mismo, ejerce como profesor invitado en la Escuela Superior de Ingenieros de Bilbao, en su Master de Ingeniería de la Construcción.

Oscar Sánchez ha estado vinculado, durante toda su carrera profesional, a labores de estrategia, desarrollo de negocio y reestructuración en empresas fabricantes de materiales de construcción. Inició su trayectoria profesional en Fagor Electrodomésticos, donde ocupó el cargo de Director Comercial y Marketing de la División de Construcción. Posteriormente, trabajó en el conglomerado familiar Alumafel (fachadas) hasta su llegada a la multinacional Hydro Aluminium (Technal), donde desempeñó el cargo de Director de Estrategia y Ventas en su sede central (Suiza), con operaciones en 150 países.

La implantación de estrategias multicanal, la optimización de estrategias de posicionamiento de precio y la redefinición y mejora de procesos, muy especialmente los procesos comerciales y de desarrollo de producto, son algunas de las competencias clave que ha desarrollado en esta última década y que implementa, diariamente, a través de su consultoría Apliqa.

Con una clara orientación a resultados, su amplia experiencia en el mundo de las operaciones le ha dotado de una visión en la que prima el pragmatismo, el apego a la realidad y la orientación al logro, visión que transmite en cada uno de sus proyectos actuales.

Modalidad
presencial

Días
24 y 31 de marzo y 4 de Abril

Lugar
Madrid (ubicación a concretar)

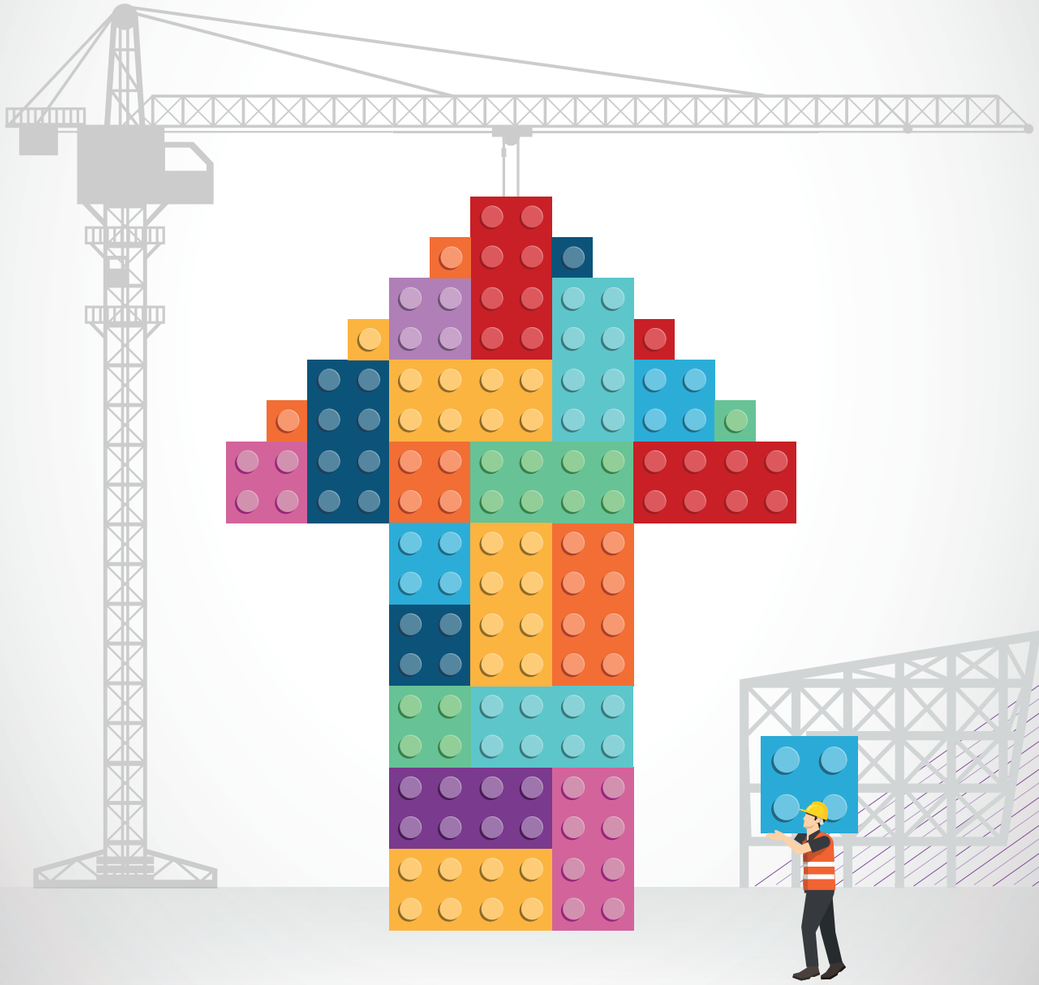
Horario
9:00 a 14:00 horas

Precio: 990,00 €

apliqa
GESTIONANDO LA ESTRATEGIA

Programa Especializado

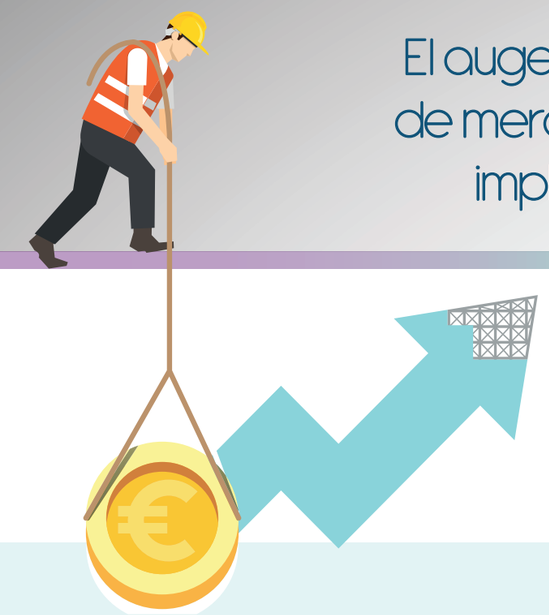
Prescripción con Resultados de Materiales de Construcción



Único Programa Directivo diseñado para potenciar las ventas de las empresas fabricantes de materiales de construcción

apliqa
GESTIONANDO LA ESTRATEGIA

El auge de los materiales de construcción, los cambios normativos y la tendencia de mercado a comprar soluciones integrales, exige que las empresas del sector implementen el canal de la **prescripción** para seguir siendo competitivas



LA GENERACIÓN DE VALOR A LO LARGO DE LA CADENA DE SUMINISTRO DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN

1. Ante-proyecto → 2. Proyecto → 3. Diseño → **4. Prescripción** → 5. Adjudicación a contratista → **6. Oferta del material** → 7. Fabricación → 8. Instalación → 9. Uso del edificio → 10. Mantenimiento → 11. Demolición → 12. Reciclaje

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

- Conseguir **incrementar de manera significativa el número de memorias** que incluyan los productos/servicios.
- **Maximizar el número de obras** en los que finalmente esa prescripción se acaba respetando y el constructor instala nuestros productos/servicios.
- **Comprender y adaptarse a la nueva realidad del sector de la construcción** y sus consecuencias en la prescripción de materiales.
- Optimizar y rentabilizar el **modelo comercial de prescripción.**
- Potenciar la **generación de ideas innovadoras en la prescripción y su ejecución exitosa.**

01 02 03

PERFIL DE PARTICIPANTE

Gerentes de Pymes, Directores comerciales, Responsables de Prescripción, Directores de Marketing Jefes/Responsables de ventas de empresas fabricantes distribuidoras o instaladoras de materiales de construcción.

EJE DEL PROGRAMA

A través del programa Prescripción con Resultados de Materiales de Construcción, previo realización de un diagnóstico certero de la situación actual, se facilitarán las herramientas prácticas orientadas a la actividad diaria.

PLAN DE ESTUDIOS

1. La nueva realidad del sector de la construcción y sus consecuencias en la prescripción de materiales
2. El modelo comercial de prescripción apliqa una herramienta de éxito en 5 etapas para aumentar nuestras ventas entre los proyectistas
3. Los estilos de personalidad del vendedor-consultor y del autor del proyecto y su incidencia en la inclusión o no de nuestros productos en las memorias
4. Cómo deciden los proyectistas la prescripción de los productos en las memorias y los sesgos que condicionan estas decisiones
5. La generación de ideas innovadoras en la prescripción y la ejecución exitosa de las mismas