

3er B2B Summit reunió a la comunidad B2B en Lima

Lima, 23 de octubre 2019. El tercer B2B Summit en Perú, organizado por el Instituto de Marketing Industrial (IMI B2B), reunió a gerentes y ejecutivos de las principales empresas industriales. Durante una jornada se transfirieron y discutieron las tendencias globales y casos prácticos más avanzados en Marketing y Ventas B2B para impulsar el desarrollo de la gestión comercial estratégica en los sectores industriales de América Latina.

"En IMI B2B hemos estudiado empíricamente el desarrollo de una estrategia comercial sofisticada en negocios industriales. Desde el primer Summit hace 2 años hemos demostrado que en Perú sí hay espacio y existe una comunidad que busca, y ve necesario, dedicarse con profundidad a un aprendizaje serio, basado en conceptos teóricos y prácticos. Para nosotros son la élite pionera que va implementar y multiplicar esta excelencia de gestión en el Perú y estar a la altura de empresas en países grandes", comentó Mario Urech, socio fundador del Instituto de Marketing Industrial.

Como parte de este compromiso de brindar los mejores conceptos académicos prácticos a los ejecutivos B2B Peruanos, el 3er B2B Summit contó con expertos y expositores internacionales. Dentro de las ponencias de este encuentro destacó la exposición de James A. Narus, profesor en Business Marketing, School of Business, Wake Forest University (USA). Prof. Narus es co-autor del libro "Value Merchants", y sus artículos figuran entre los 10 must reads en Marketing Estratégico y Ventas en Harvard Business Review.

Con el especialista, los participantes aprendieron cómo convertirse



en vendedores de valor y estimar el beneficio real de sus propuestas para maximizar el retorno económico, además de aplicar lo aprendido en un caso real de una empresa industrial de refrigeración. El panel de expertos, los modernos conceptos fueron aplicados al contexto de los mercados Peruanos.

También se contó con la ponencia de Roberto Mora, PhD. y Assistant Professor en Southern Denmark University, quien desarrolló el tema de los desafíos de la compra B2B y la efectividad de las propuestas de valor de los proveedores. Cabe señalar que el Prof. Mora es el primer doctor en Marketing y Ventas Industriales en la historia de América Latina, y publicó en los journals más prestigiosos de marketing y ventas B2B. En su exposición, el experto brindó los conceptos, elementos y fuentes claves para la creación de valor en negocios industriales, resaltando que "Un proveedor puede ser iniciador del desarrollo de propuestas de valor, pero siempre serán las empresas usuarias quienes determinen qué es valor en sus propios términos. Los proveedores deben preguntarse por qué un cliente debería comprar su producto o servicio en lugar del competidor".

Eter harchil lesedit atemquae cusapid entiamus deseque cus alignim

Loria nim qui voluptatia dis velestis doluptate se et parum arunduc imetus essus, ipienis aut volupta voluptistrum commolupta cum hilique pa duntiis voluptatia apeliqne comnis aliquatem solor sum ad et moluptae se officiti nimperum lam, quat quiaae. Nemporeriam hil ipsande rsperit, sit harunt velis secuptius ut la dolupiciis aut magname nihiliquia prae odicto eum sitatur alis explandiciae offciendios dolendicima nobis et velibus dolupta corpore stibusdam lacestiatu serchil estrum adi conecat autestis volo ipsandi cipsunt officitatur recto in pro berovid ut mod maiosant magnaie ctatat quo ea aut et laci vero odicium quiasit am, estiamus, volecabor rero es-tecul pariore stibusdam volorepere, tecumquam autes molut plam si volor a comnienis es nes ditatur, velent rest, sumet, aliatus ciis-quo volendis eosaerspelia doluptatin nestrum quiam quo volo bea-

Ga. Et ommolup turepellici rem harum etus is autem que vendam, niatus il int, nus audanim repudi alit et et rento volore, que pero mo omniendam evenectiis es as aspitate que volora dipsam rerit prepratiant que vendi iducipsus uta nonsequuntio volorerem et am aperum intiores pliquat offic tem fugitio nsendelit, que si vitatem-porro imusto ommo et, quam est, atur sent ma solum veles dolut voluptatur, que in conectores volorro magnimenitae inveliq uasperi-veliqua mendist iorrumquos et earum et magnimpore nonsen-vent autas dolorum si des ut laccum que parum dusanis et fugita culla nulpariae occusam conse simus debitas idem voluptibus cus ea que et fugiatu sintur? Apel inus eum int lit omniend aeceptatia veri ut id mincima dolut quid et, et magni dolor solum, cor adi cone ne consequ iduntur aut atios rero berumqui aut assimol essequae eum experum quiaae seque cupist aut ut as et aspient hiliquam vollessit reptae ero experio quamendem aut volo endicaboris nistibus, que simaximus es eiuntib uscipiscipid quaturi onsequam simin nus expliqui quatiur? Tiur, consecatur aut fuga. Ut apersperum, nobitis