

Crecimiento de una bodega: Plan de Negocio y control de costes

¿Necesita elaborar un plan de crecimiento que le permita dar un impulso a su proyecto?

Cualquier plan de crecimiento pasa por captar nuevos clientes. Toca decidir cómo hacerlo, teniendo muy claro que la rentabilidad a medio y largo plazo será clave para el éxito.

La fase de captar nuevos clientes es crucial para cualquier empresa en crecimiento. Pero no es igual diseñar una estrategia para un negocio que empieza y necesita nuevos clientes para obtener sus primeros ingresos, que para uno que ya lleva tiempo en el mercado.



Pero si hablamos de estrategias de crecimiento importantes, debemos buscar saltos más cuantitativos en la forma de distribuir nuestros recursos. Y ahí, el camino a seguir es más complejo: ¿Intensificamos nuestro plan de acción en el mercado nacional intentando llegar a nuevos clientes, por ejemplo, con estrategias de diversificación en la oferta de productos o en los canales? ¿Diseñamos un plan de expansión internacional?

¿Qué nos ayudará a crecer más, diversificar sin salir de aquí o buscar mercados de fuera?. Sería muy fácil decir que como en España está muy mal la cosa y la gente no compra nada, lo mejor es salir fuera. Para buscar una respuesta a esta pregunta, debemos considerar el coste de captación de los nuevos clientes y el margen que te dejan esos nuevos clientes. Trabajar sobre el margen es lo más difícil a día de hoy, por eso conviene centrarse más en el coste de captación, añadiéndole una valoración de la retención y la recurrencia, que es lo que nos da el valor real de cada cliente.



OBJETIVOS:

- Diseño de Sistemas de Costes
- Conocer el modelo de negocio actual y sobre qué elementos pivotar para reorientar nuestro modelo al crecimiento
- Concienciarnos de la importancia de la planificación estratégica en una bodega

DESTINATARIOS:

Emprendedores, Directivos, técnicos-comerciales o administrativos del sector vitivinícola,

CONTENIDOS:

COSTES

- Introducción: puntos básicos y puntos importantes
- ¿Para qué se quiere el sistema de costes?
- Sistemas de costes
- Clasificación
- Metodología para la definición y el diseño de sistemas de costes
- Caso práctico

MODELO DE NEGOCIO Y ESTRATEGIA

- ¿Por qué una estrategia?
- ¿Cuál es nuestro modelo de negocio?
- Líneas y objetivos estratégicos. Mapa Estratégico
- De la estrategia a la acción

DETALLES DEL CURSO:

METODOLOGÍA: Formación presencial abierta

DURACIÓN: 4 horas

PROFESORADO:  
ASESORAMIENTO LEGAL, FISCAL-LABORAL CONSULTORÍA ASESORIA

PRECIO: 125€

+INFO e INSCRIPCIONES: Tfno. 983 135 660 EM@IL: formacion@cclalimentaria.es

