

GERENCIA COMERCIAL ESTRATÉGICA



CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo 1. LA ESTRATEGIA.

I. Planes y estrategias (9 horas)

- Cambios en el entorno y su incidencia en la empresa
- Plan estratégico y plan de marketing
- Desarrollo del plan de marketing.
- Concepto y ubicación del plan de ventas.
- Contenido del plan de ventas
- Apoyo de marketing a la fuerza de ventas
- Casos.

Módulo 2. IMPLEMENTACION DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS.

II. Organización de la fuerza de ventas (9 horas).

- Propósito de la organización de ventas.
- Responsabilidades de los diferentes cargos en el área comercial.
- Funciones de la dirección de ventas.
- Opciones para estructurar la fuerza de ventas.
- Organización de territorios y rutas.
- Métodos para determinar el número de vendedores.
- Casos.

III. Reclutamiento, Selección, capacitación y entrenamiento de vendedores (9 horas) .

- Proceso de reclutamiento.
- Perfil de vendedores y gerente de ventas.
- Fuentes de reclutamiento.
- Proceso de selección.
- Entrevistas, pruebas, assesment.
- Recepción de nuevos vendedores.
- Importancia de la formación de vendedores.
- La formación como motivador.
- Métodos de formación.
- Casos.

IV. Pronósticos de ventas (12 horas).

- Potencial de mercado y potencial de ventas.
- Métodos para la previsión de ventas.
- Cuotas de ventas.
 - Métodos para asignar cuotas a los vendedores.
- Presupuestos de ventas.
 - Tipos de presupuestos.
- Casos.

V. Remuneración de vendedores (12 horas).

- Modelos de motivación.
- Importancia de una buena política de remuneración.
- Técnicas de remuneración.
 - Fijo, comisiones, incentivos, concursos, convenciones.
- Otros sistemas.
- Lanzamiento del plan de remuneración.
- Casos.

VI. Control de ventas y costos (12 horas).

- Control del volumen de ventas.
- Indicadores de gestión y de resultado.
- Control de otras dimensiones de la venta.
- Evaluación del comportamiento del vendedor.
- Cuadros de mando en ventas.
- Actividades financieras en ventas.
- Costos de ventas.
- Cómo aumentar la Productividad de los vendedores.
- Casos.

VII. Liderazgo de vendedores (12 horas).

- Definición de liderazgo.
- Estilos de liderazgo.
- El gerente de ventas como coach.
- Competencias de un líder coach.
- Coaching en acción.
 - Acompañamiento en el terreno.
 - Retroalimentación equilibrada.
 - Confrontación para el desarrollo.
 - Obtención de compromisos.
 - Seguimiento y ajuste.
- Casos.

Módulo 3. NUEVOS DESAFIOS PARA LAS VENTAS.

VIII. Ventas en digital (12 horas).

- Conceptos de Marketing Digital.
- El consumidor digital.
- El proceso de venta y compra en línea.
- Comercio electrónico.
- Canales digitales.
- Casos.

IX. Tácticas de ventas (12 horas).

- Las tácticas de ventas.
 - Segmentación.
 - Prospección.
 - Contacto.
 - Presentación.
 - Negociación.
 - Cierre.
 - Post venta.
 - Relación con el cliente.
- Habilidades de interacción social.
 - Comunicación en ventas.
 - Persuasión en ventas.
- Casos.

X. Neuro ventas (12 horas).

- Bases de la Neuroventas.
 - Nacimiento del Neuromarketing y la neuroventa.
 - Investigación científica y tecnología aplicada a la neuroventas.
- Papel del cerebro en la decisión de compra.
 - Cómo funciona la mente humana.
 - El código reptil.
- ¿Por qué compramos?
- Cerebro empático y decisión de la compra.
- Cómo venderle a la mente y no a la gente.
- Atención.
- Emoción.
- Recordación.
- Casos.

XI. Automatización de la fuerza de ventas (9 horas).

- CRM y su impacto en la productividad de ventas.
- Big data y analítica predictiva en ventas.
- Casos.