



## **MF1001\_3. Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales.**

**Sku:** PA\_MF1001\_3

**Horas:** 90

**Formato:** HTML

### **OBJETIVOS**

- Calcular y definir la fuerza de ventas y las características del equipo comercial de acuerdo con unos objetivos comerciales y presupuesto definidos previamente.
- Aplicar técnicas de organización y gestión comercial para alcanzar o mejorar unos objetivos de venta previstos para un equipo comercial.
- Determinar estilos de mando y liderazgo de equipos de comerciales de acuerdo con distintos objetivos comerciales, valores, cultura e identidad corporativa.
- Aplicar métodos de evaluación y control en el desarrollo y ejecución de planes de venta y desempeño de los miembros del equipo comercial.

### **CONTENIDOS**

- **Unidad 1. Determinación de la fuerza de ventas.**
  - Definición y conceptos clave.
    - Concepto de la fuerza de ventas.
    - El territorio de ventas y los objetivos de venta.
  - Establecimiento de los objetivos de venta
    - Número de clientes y fuerza de ventas.
    - Red de venta externa e interna.
  - Predicción de los objetivos ventas.
    - La importancia de la predicción de ventas.
    - Supuestos sobre el potencial de mercado.
    - Métodos de predicción de ventas.
    - Procedimientos de estimación de cuotas.
    - Cuotas de ventas individuales y colectivas.
    - Los presupuestos de ventas.
  - El sistema de dirección por objetivos
    - Ventajas y desventajas.

- La medida de su consecución.
  - Variables y Parámetros de control
  - Objetivos del vendedor
  - Objetivos del gerente de ventas
  - Prevención de problemas.
- **Unidad 2. Reclutamiento y retribución de vendedores.**
  - El reclutamiento del vendedor:
    - Perfiles del vendedor.
    - Fuentes de reclutamiento.
    - Captación de candidatos.
  - El proceso de selección de vendedores.
    - La definición del puesto.
    - Entrevistas.
    - Pruebas de selección.
    - La decisión de contratar/rechazar.
    - El contrato de trabajo.
  - Sistemas de retribución de vendedores.
    - La función de los planes de retribución.
    - Métodos de retribución y compensación.
    - Otras recompensas no monetarias.
  - La acogida del vendedor en la empresa.
    - La sesión informativa inicial
    - El manual de ventas de la organización
    - La promoción de los vendedores.
- **Unidad 3. Liderazgo del equipo de ventas.**
  - Dinamización y dirección de equipos comerciales.
    - La filosofía de dirección de la empresa.
    - Cultura empresarial.
    - El jefe del equipo y sus habilidades directivas.
  - Estilos de mando y liderazgo.
    - Directivo.
    - Participativo.
    - Delegativo.
    - Transformacional.
    - Transaccional.
  - Las funciones de un líder.
    - Crear y mantener motivado al equipo.
    - Comunicarse con él.
    - Motivar y liderar.
    - Formar y corregir
    - Planificar y controlar.
  - La Motivación y reanimación del equipo comercial.
    - Definiciones.
    - Principales teorías de motivación.
    - Diagnostico de factores motivacionales.

- Un plan de motivación para vendedores.
  - El líder como mentor.
    - El valor del ejemplo: habilidades y competencias del líder.
    - La comunicación con el equipo.
    - La prevención de conflictos.
- **Unidad 4. Organización y control del equipo comercial.**
  - Evaluación del desempeño comercial:
    - Conceptos básicos.
    - Métodos de evaluación del plan comercial.
  - Las variables de control.
    - Las variables que miden el desempeño del equipo.
    - Las variables que miden el desempeño del vendedor.
    - El cuadro de mando del gerente de ventas.
    - Los ratios de rendimiento de cada vendedor y del equipo en su conjunto.
  - Los parámetros de control.
    - Valores tipo exigibles en cada área de desempeño para las variables de control.
    - Representación gráfica de la evolución temporal de los resultados de control.
    - - Los instrumentos de control:
      - Procesos y actividades.
      - Los documentos de control a cumplimentar por el vendedor.
  - Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial:
    - Los momentos de control posibles: diario, semanal, mensual, anual.
    - La evaluación del desempeño: de las actividades a realizar, de los documentos a entregar, de los logros a obtener y de su conducta social.
    - Análisis de las desviaciones del desempeño respecto de los valores previstos.
    - Decisiones a adoptar.
  - Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.
    - Elaboración de informes de seguimiento de los objetivos del plan.
    - Decisiones de planeamiento.
    - Evaluación de los informes de venta.
    - Consecuencias de la evaluación.
- **Unidad 5. Formación y habilidades del equipo de ventas.**
  - Necesidad de la formación del equipo.
    - Proceso de identificación de las necesidades de formación de la empresa.
    - Objetivos de la Formación.
  - Modalidades de la formación,
    - Tipos de formación: presencial, a distancia, en línea,
    - Planes de formación de la organización.
    - Estructura y Contenidos de un plan de formación.
    - Métodos, tiempos y áreas formativas.
  - La formación inicial del vendedor.

- El curso de bienvenida.
- Detección de las carencias formativas del vendedor.
- Programas de refuerzo.
- El trabajo en grupo.
- La formación permanente del equipo de ventas.
  - Áreas y acciones formativas.
  - Organización de la formación.
  - Controles de eficacia de las acción formativa.
  - Necesidades de formación emergentes.
  - Evaluación de los planes de formación.
- **Unidad 6. La resolución de conflictos en el equipo comercial.**
  - Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
    - 59 del mismo.
    - Niveles.
    - Estructura
    - Dinámica.
    - Principios y retos.
    - Comunicación asertiva de los objetivos a lograr por el equipo
  - Identificación del conflicto.
    - Emociones y conflicto.
    - Comunicación verbal y no verbal de las partes en conflicto.
    - Los roles de las partes y sus actitudes emocionales.
    - Técnicas de detección.
  - La resolución del conflicto.
    - Negociación y resolución de problema.
    - El uso de intermediarios o representantes.
    - 59 y ética de la resolución.
    - Técnicas de resolución de situaciones conflictivas.
    - Estilos de negociación de conflictos.
    - Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupos.