



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.