



Determinación de la fuerza de ventas

Sku: CT0265

Horas: 17

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Definición y conceptos clave. 1.1 Concepto de la fuerza de ventas. 1.2 Tipos de organización comercial. 1.3 El territorio de ventas y los objetivos de ventas. 2. Establecimiento de los objetivos de venta. 2.1. Número de clientes y fuerza de ventas. 2.2. Red de venta externa e interna. 3. Predicción de los objetivos de ventas. 3.1. La importancia de la predicción de ventas. 3.2. Supuestos sobre el potencial de mercado. 3.3. Métodos de predicción de ventas. 3.4. Procedimientos de estimación de cuotas. 3.5. Cuotas de ventas individuales y colectivas. 3.6. Los presupuestos de ventas. 4. El sistema de dirección por objetivos. 4.1. Ventajas y desventajas del sistema de dirección por objetivos. 4.2. La medida de su consecución. 4.3. Variables y Parámetros de control. 4.4. Objetivos del vendedor. 4.5. Objetivos del gerente de ventas. 4.6. Prevención de problemas.