

Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales

Modalidad: curso e-Learning Duración: 90 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Una vez finalizado el Módulo el alumno será capaz de gestionar la fuerza de ventas y coordinar el equipo de comerciales. En concreto el alumno será capaz de:
- Gestionar la fuerza de ventas y coordinar el equipo de comerciales
- 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
- Definir planes de formación y reciclaje de equipos de comerciales según distintos objetivos y requerimientos
- Aplicar estrategias de resolución y negociación en distintas situaciones de conflicto habituales en equipos de comerciales.

CONTENIDOS

UD1. Determinación de la fuerza de ventas.

- 1.1. Definición y conceptos clave.
- 1.2. Establecimiento de los objetivos de venta.
- 1.3. Predicción de los objetivos de venta.
- 1.4. El sistema de dirección por objetivos.

UD2. Reclutamiento y retribución de vendedores.

- 2.1. El reclutamiento del vendedor.
- 2.2. El proceso de selección de vendedores.
- 2.3. Sistemas de retribución de vendedores.
- 2.4. La acogida del vendedor de la empresa.

UD3. Liderazgo del equipo de ventas.

- 3.1. Dinamización y dirección de equipos comerciales.

- 3.2. Estilos de mando y liderazgo.
- 3.3. Las funciones del líder.
- 3.4. La motivación y reanimación del equipo comercial.
- 3.5. El líder como mentor.

UD4. Organización y control del equipo comercial.

- 4.1. Evaluación del desempeño comercial.
- 4.2. Las variables de control.
- 4.3. Los parámetros de control.
- 4.4. Los instrumentos de control.
- 4.5. Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial.
- 4.6. Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.

UD5. Formación y habilidades del equipo de ventas.

- 5.1. Necesidad de la formación del equipo.
- 5.2. Modalidades de la formación.
- 5.3. La formación inicial del vendedor
- 5.4. La formación permanente del equipo de ventas.

UD6. La resolución de conflictos en el equipo comercial.

- 6.1. Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
- 6.2. Identificación del conflicto.
- 6.3. La resolución del conflicto.