

GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS



Profesor: Jorge Toro B.

MBA, Universidad Adolfo Ibáñez. Psicólogo Laboral, Pontificia Universidad Católica de Chile.
Director de Educación Corporativa de la Universidad Adolfo Ibáñez. Diplomado en Marketing Integral, Universidad Adolfo Ibáñez. Se especializó en estrategia en INSEAD (Francia).

Objetivos Generales

En la actualidad, tener éxito en las ventas se ha vuelto un desafío, ya que las industrias están cada vez más globalizadas dinámicas, complejas y competitivas.

Se trata de mercados que se caracterizan por estar cada vez más informados, exigentes y segmentados y que, al mismo tiempo, se comportan desleales a las marcas, productos y/o servicios.

En el pasado la batalla de las ventas la ganaron las compañías que eran dueñas de la oferta, imponiéndola como primera opción o simplemente bombardeando al mercado con miles de vendedores en las calles. Hoy en cambio, el escenario en que se desarrollan las relaciones comerciales es distinto, se ha transformado.

Los clientes reciben múltiples ofertas para satisfacer sus necesidades aumentando así su poder negociador, lo que les permite comparar las ofertas que reciben. También exigen soluciones hechas a las medidas de sus necesidades y están dispuestos a abandonar la marca, producto y/o servicio si no se sienten plenamente satisfechos.

Ante este nuevo escenario, es imposible no preguntarse ¿Cómo crear valor en el mercado y en nuestra cartera de clientes, a través de la fuerza de ventas?

Para responderla, el programa presenta una serie de modelos, conceptos y herramientas a lo largo de todas las fases de la gestión comercial, poniendo especial énfasis en las ventas personales. Comenzaremos por el reconocimiento de la ecuación de valor del cliente y de su ciclo de compra y finalizaremos controlando los indicadores correctos de la productividad de los equipos comerciales.

*Contenidos sujetos a cambios que el profesor estime conveniente.
La realización del pago total o parcial de un curso o de un Diplomado implica la aceptación de los términos y condiciones, publicados en www.eclass.cl*

¿A quién está dirigido?

Este curso está dirigido a empresarios y ejecutivos que se desempeñan en el área de desarrollo, de marketing, de publicidad o en áreas de apoyo a la gestión de proyectos, tanto de organizaciones como de empresas que requieran adquirir habilidades para diferenciarse y generar una ventaja competitiva frente a sus pares y a la competencia.

Al término del curso, los participantes serán capaces de aumentar la productividad de sus fuerzas de ventas sobre la base de una gestión alineada con la estrategia de negocios y el plan de marketing de la organización.

Contenidos del curso

Clase 1:

¿Cómo formar un equipo con "inteligencia de ventas"?

Clase 2:

Una estrategia para cada cliente

Clase 3:

Elaboración de la Estrategia de Ruta al Mercado (ERM)

Clase 4:

¿Cómo realizar el alineamiento territorial?

Clase 5:

Dimensión y estructura de la Fuerza de Ventas

Clase 6:

¿Cómo lograr un reclutamiento exitoso?

Clase 7:

¿Cómo entrenar a mi Fuerza de Ventas?

Clase 8:

Gestión del Desempeño de la Fuerza de Ventas

Clase 9:

Incentivos para la Fuerza de Ventas

Clase 10:

¿Cómo conseguir una cultura de ventas ganadora?