GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES

SKU: EVOL-3424-VTP-A | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Comercio y Marketing

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas 100

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales

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.