

Dirección Comercial (4h)

La dirección comercial está considerada actualmente una de las principales funciones de la empresa, ya que la competitividad de la empresa viene en gran medida marcada por la actividad que el equipo comercial desarrolle.

En este curso se analizan las tareas, las funciones y la misión del director comercial, y la forma óptima en que puede organizar y coordinar la actividad de la fuerza comercial antes, durante, y después de la venta. El objetivo es aprender a dirigir un equipo comercial, evaluar la rentabilidad del departamento comercial, planificar el presupuesto comercial, realizar la previsión de ventas y supervisar y controlar la actividad de ventas.

Objetivos

- ✓ Aprender a dirigir de una forma eficiente la fuerza de ventas
- ✓ Saber cómo seleccionar, formar y motivar al equipo de ventas
- ✓ Conocer los estilos de liderazgo que mejor funciona en la dirección comercial
- ✓ Analizar las política y sistemas de remuneración comercial
- ✓ Aprender los sistemas de control de ventas y establecimiento de rutas
- ✓ Ser capaz de realizar una buena predicción de ventas
- ✓ Aprender a diagnosticar una cartera de clientes
- ✓ Conocer los pasos necesarios para elaborar un plan comercial

Duración: 4 horas online con una duración de 1 mes en plataforma

Contenidos

UNIDAD	CONTENIDOS
Organización comercial	- La dirección comercial - Historia de la acción comercial - El proceso comercial - El rol del Director de Ventas - Importancia de los vendedores en la experiencia del cliente - Organización comercial - Tipos de organización comercial
El equipo de ventas	- El CRM y la gestión comercial - La fuerza de ventas - Funciones de la fuerza de ventas - La selección del equipo de ventas - Perfil de un buen vendedor - Elaboración del plan de formación para los vendedores - Motivación de los vendedores

Dirección comercial	- Estilos de liderazgo en la dirección comercial - El líder coach comercial - Las reuniones comerciales - Política de remuneración comercial - Sistemas de remuneración
Control de ventas y establecimiento de rutas	- El control de ventas - Ventajas del uso de aplicaciones para el control de ventas - Mecanismos para controlar las ventas - Indicadores clave en el área comercial - Reportes para el área comercial - Las zonas y rutas de ventas - Cómo establecer rutas y territorios - Pipeline o embudo de ventas
Predicción de ventas	- La predicción de las ventas - Elementos necesarios para la predicción de ventas - Factores que afectan la predicción de las ventas - Predecir las ventas en base al estado de cada una de las oportunidades - Predecir las ventas en base a la duración del proceso de ventas - Predecir las ventas en base a la intuición del vendedor - Predecir las ventas mirando al pasado - Predecir las ventas en base al proceso de ventas o pipeline - Predecir las ventas en base al número de contactos o leads - Predecir las ventas utilizando métodos de análisis estadístico
La cartera de clientes y el plan comercial	- Diagnosticar una cartera de clientes - El valor de los clientes - Objetivos del plan comercial - Elementos del plan comercial - Pasos para elaborar un plan comercial