

DIRIGIDO A:

Gerentes, Directores Comerciales o que vayan a serlo, Ejecutivos Comerciales muy implicados en el Departamento Comercial de su Empresa, y todas aquellas personas que tengan como meta la dirección de un equipo comercial.

OBJETIVOS:

Dirigir, consolidar y apoyar un equipo de ventas sólido y rentable.

Tener una visión clara de sus funciones y responsabilidades.

Obtener herramientas prácticas y de sencillo manejo para el control del equipo comercial.

Definir las estrategias comerciales adecuadas para su Empresa y marcar objetivos .

SISTEMA PEDAGÓGICO.

Partiendo de distintos ejemplos propuestos por el formador, se aplicarán a los casos reales de los participantes al Curso.

Ejercicios prácticos y si se quiere reales, para ir creando a lo largo del Master, herramientas de trabajo personalizadas para su posterior utilización en su Empresa.

Se recomienda asistir con el ordenador portatil.

PROGRAMA
I.- Introducción.-

- Presentación del Mini Master.
- Funciones del Director Comercial en la Empresa.
- Auto análisis de cada participante.
- Puntos fuertes a potenciar
- Puntos débiles a minimizar.
- Objetivos personales a alcanzar de cada uno de los participantes.

I.- Estrategias Comerciales Prácticas

- Qué es la Estrategia Comercial.
- Cómo elaborar una Estrategia Comercial.
- Objetivos de la Estrategia Comercial.
- Diferentes tipos de Estrategias Comerciales.
- Análisis de las Estrategias de mi competencia.
- Puntos débiles y resquicios de la misma.
- Puntos fuertes de la misma. Soluciones para combatirla.
- Comercializo mi producto para ganar dinero, pero qué objetivos añadidos busco.
- Elementos imprescindibles de una Estrategia Comercial .
- Controles de la efectividad de la Estrategia a utilizar.
- Desviaciones y medidas correctoras.

I.- Planificación Comercial Efectiva

- Concepto de Planificación Comercial.
- Planificación Comercial de Objetivos.
- Criterios para marcar objetivos.
- Controles de Objetivos y análisis de los mismos.
- Diseño de la organización comercial.
- Tipos de redes comerciales.
- Organigrama.
- Funciones.

- Planificación de zonas y rutas.
- Planificación de costes comerciales.
- Análisis de los mismos.
- Sistemas de remuneracion, incentivos y contraprestaciones
- Planificación de ventas.
- Planificación de Medios.
- Planificación de Promociones.
- Planificación de distintas campañas publicitarias.
- Acciones especiales.

II.- Técnicas Profesionales de Ventas. Nivel II

- Estrategias para Captación de Clientes Nuevos.
- Técnicas Específicas para el mantenimiento y fidelización de clientes.
- El Arte de Preguntar.
- Tipos de Preguntas.
- Técnica del Convencimiento.
- Cómo queremos que los vendedores presenten la Empresa .
- Presentación poderosa de nuestros productos / servicios.
- Los Móviles de Compra. Conscientes - No Conscientes
- Solución a las objeciones y problemas que los clientes les ponen a nuestro equipo de vendedores.
- Cierres Efectivos de Ventas.
- Los Remordimientos de Compras. Vacunas.
- El Director Comercial como entrenador de su equipo.

BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN

Título del Curso
 Fecha y lugar del Curso
 Asistente Cargo
 Empresa C.I.F.
 Dirección C.P.
 Población Provincia
 Persona de Contacto
 Teléfono de Contacto Fax e-mail

 Fechas a consultar **Madrid**
 Fechas a consultar **Barcelona**
 Fechas a consultar **Valencia**

4 Días - 32 h.

1573 €

Marque la casilla del curso que desea realizar

IMPRIMA ESTA PÁGINA Y ENVÍELA POR FAX AL 96 180 08 64