

Diplomado

Dirección Estratégica de Ventas

Duración 112 horas

Objetivo general:

Desarrollar habilidades que logren efficientar la Gerencia o Dirección de ventas en el ambiente más amplio de la mercadotecnia estratégica. Obtener una nueva visión de la realidad en el área de ventas dotando de herramientas eficaces para el desarrollo personal y del personal a su cargo con el objetivo de sensibilizarse de la importancia y funcionamiento del área de ventas.

Beneficio:

El participante:

1. Logrará visualizar a las ventas como un pilar fundamental de apoyo en cualquier tipo de empresa.
2. Podrá ubicar a las ventas como una pequeña parte del amplio mundo de la mercadotecnia y una consecuencia de las decisiones tomadas.
3. Conocerá los factores internos y externos que afectan a las mismas.
4. Descubrirá nuevas estructuras en la organización del área de ventas.
5. Logrará desarrollar, dirigir y motivar a su fuerza de ventas.
6. Conseguirá ser un líder.

Dirigido a:

Directores y Gerentes del área de ventas.

Requisito:

Licenciatura terminada.

Contenido:

Módulo 1 Diagnóstico del ambiente de negocios en el contexto de la globalización.

Capacitar al participante en saber leer e interpretar el medio ambiente económico a efecto de poder tomar decisiones estratégicas de mercadotecnia y ventas.

Temario

1. Análisis del ciclo económico
2. Análisis FODA económico
3. Análisis de mercados

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 2 Nuevas estructuras organizacionales en ventas.

Capacitar al participante en la implementación de organizaciones eficaces.

Temario

1. Estructuras organizacionales tradicionales y nuevos modelos:
 - 1.1 KAM
 - 1.2 Category Management

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 3 Planeación y elaboración de pronóstico de ventas.

Capacitar al participante en la elaboración de pronóstico de ventas y cálculo de mercados potenciales.

Temario

1. Promedios móviles
2. Índice estacional
3. Interés compuesto
4. Desviación estándar
5. Modelos econométricos

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 4 Finanzas aplicadas a ventas

Capacitar al participante en el diseño idóneo de territorios de venta y ruteo. Lograr el cumplimiento efectivo de los esfuerzos del equipo de ventas.

Temario

1. Tipos de distribución
2. Valuación de territorio
3. Cálculo de ruteo
4. Asignación de número de vendedores por zona
5. Materiales y equipos para lograr territorios eficientes
6. Control de gastos por zona
7. Evaluación de políticas por zona
8. Importancia de la cuota de ventas
9. Cálculo de cuotas de venta
10. Modelo de evaluación PONCO
11. Sistemas de pago
12. Métodos de incentivos.
13. Métodos de evaluación

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 5 Administración de relaciones con clientes y calidad en el servicio.

Lograr el cumplimiento efectivo de los esfuerzos del equipo de ventas.

Temario

1. La orientación al mercado y sus implicaciones
2. Valor del cliente para la empresa

3. Valor para el cliente
4. Administración de relaciones con clientes o CRM
5. Servicio al cliente y calidad en el servicio

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 6 Desarrollo, dirección y motivación de la fuerza de ventas.

El participante entenderá la importancia de contar con una fuerza de ventas basada en un reclutamiento y selección por perfiles específicos, así como la importancia de administrarla con enfoques motivacionales y por esquemas de trabajo en equipo.

Temario

1. Reclutamiento y selección
2. Motivación
3. Trabajo en equipo
4. Creatividad
5. Liderazgo
6. Valuación de personal
7. Empowerment
8. Coaching

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 7 Diseño de territorios, rutas y vendedores. Cuotas de venta y planes de compensación.

Aplicar las finanzas a las ventas con el objeto de buscar el adecuado y útil manejo de los números.

Temario

1. Indicadores de productividad
2. Indicadores financieros
3. Indicadores de ventas
4. Balance scorecard

Duración del módulo: 16 horas