

Paraninfo

MF1001_3 - Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales



Editorial: Paraninfo

Autor: ENRIQUE GARCÍA PRADO

Clasificación: Certificados Profesionales > Comercio y Marketing

Tamaño: 17 x 24 cm.

Páginas: 274

ISBN 13: 9788428365277

ISBN 10: 842836527X

Precio sin IVA: \$ 91297.00 COP

Precio con IVA: \$ 91297.00 COP

Fecha publicación: 15/02/2024

Sinopsis

Producir un bien o desarrollar un servicio de calidad que responda a las necesidades de los clientes, potenciales o reales, no es suficiente para garantizar el éxito de nuestra empresa: hay que saber ponerlo en su conocimiento de la forma correcta y más atractiva.

En esta edición actualizada aprenderemos a calcular y definir la fuerza de ventas y las características del equipo comercial, y a aplicar técnicas de organización y gestión a fin de alcanzar y mejorar nuestros objetivos; además, veremos cómo determinar estilos de mando y liderazgo aplicando métodos de evaluación y control en el desarrollo y ejecución de los planes de venta. Por último, definiremos estrategias de formación y reciclaje de equipos comerciales aplicando técnicas de negociación y resolución en distintas situaciones de conflicto. Cada capítulo se complementa con actividades prácticas y de autoevaluación, cuyas soluciones están disponibles en www.paraninfo.es.

Los contenidos se corresponden fielmente con los del MF1001_3 *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales*, transversal a los Certificados Profesionales

COMT0111 *Gestión comercial inmobiliaria* (RD 614/2013, de 2 de agosto) y COMT0411 *Gestión comercial de ventas* (RD 1694/2011, de 18 de noviembre).

Enrique García Prado trabaja como docente en el ámbito de la formación ocupacional y continua.

Índice

1. Determinación de la fuerza de ventas

- 1.1. Definición y conceptos clave
 - 1.1.1. Concepto de la fuerza de ventas
 - 1.1.2. El territorio de ventas y los objetivos de venta
- 1.2. Establecimiento de los objetivos de venta
 - 1.2.1. Número de clientes y fuerza de ventas
 - 1.2.2. Red de venta externa e interna
- 1.3. Predicción de los objetivos de ventas
 - 1.3.1. La importancia de la predicción de ventas
 - 1.3.2. Supuestos sobre el potencial de mercado
 - 1.3.3. Métodos de predicción de ventas
 - 1.3.4. Procedimientos de estimación de cuotas
 - 1.3.5. Cuotas de ventas individuales y colectivas
 - 1.3.6. Los presupuestos de ventas
- 1.4. El sistema de dirección por objetivos
 - 1.4.1. Ventajas y desventajas
 - 1.4.2. La medida de su consecución
 - 1.4.3. Variables y parámetros de control
 - 1.4.4. Objetivos del vendedor
 - 1.4.5. Objetivos del gerente de ventas
 - 1.4.6. Prevención de problemas

CUESTIONARIO

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

2. Reclutamiento y retribución de vendedores

- 2.1. El reclutamiento del vendedor
 - 2.1.1. Perfiles del vendedor
 - 2.1.2. Fuentes de reclutamiento
 - 2.1.3. Captación de candidatos
- 2.2. El proceso de selección de vendedores
 - 2.2.1. La definición del puesto
 - 2.2.2. Entrevistas
 - 2.2.3. Pruebas de selección
 - 2.2.4. La decisión de contratar/rechazar
 - 2.2.5. El contrato de trabajo
- 2.3. Sistemas de retribución de vendedores
 - 2.3.1. La función de los planes de retribución
 - 2.3.2. Métodos de retribución y compensación
 - 2.3.3. Otras recompensas no monetarias
- 2.4. La acogida del vendedor en la empresa
 - 2.4.1. La sesión informativa inicial
 - 2.4.2. El manual de ventas de la organización
 - 2.4.3. La promoción de los vendedores

CUESTIONARIO

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

3. Liderazgo del equipo de ventas

- 3.1. Dinamización y dirección de equipos comerciales
 - 3.1.1. La filosofía de dirección de la empresa
 - 3.1.2. Cultura empresarial
 - 3.1.3. El jefe del equipo y sus habilidades directivas
- 3.2. Estilos de mando y liderazgo
 - 3.2.1. Directivo
 - 3.2.2. Participativo
 - 3.2.3. Delegativo
 - 3.2.4. Transformacional
 - 3.2.5. Transaccional
- 3.3. Las funciones de un líder
 - 3.3.1. Crear y mantener motivado al equipo
 - 3.3.2. Comunicarse con él
 - 3.3.3. Motivar y liderar
 - 3.3.4. Formar y corregir
 - 3.3.5. Planificar y controlar
- 3.4. La motivación y reanimación del equipo comercial
 - 3.4.1. Definiciones
 - 3.4.2. Principales teorías de motivación
 - 3.4.3. Diagnóstico de factores motivacionales
 - 3.4.4. Un plan de motivación para vendedores
- 3.5. El líder como mentor
 - 3.5.1. El valor del ejemplo: habilidades y competencias del líder
 - 3.5.2. La comunicación con el equipo
 - 3.5.3. La prevención de conflictos

CUESTIONARIO

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

4. Organización y control del equipo comercial

- 4.1. Evaluación del desempeño comercial
 - 4.1.1. Conceptos básicos
 - 4.1.2. Métodos de evaluación del plan comercial
- 4.2. Las variables de control
 - 4.2.1. Las variables que miden el desempeño del equipo
 - 4.2.2. Las variables que miden el desempeño del vendedor
 - 4.2.3. El cuadro de mando del gerente de ventas
 - 4.2.4. Los ratios de rendimiento de cada vendedor y del equipo en su conjunto
- 4.3. Los parámetros de control
 - 4.3.1. Valores tipo exigibles en cada área de desempeño para las variables de control
 - 4.3.2. Representación gráfica de la evolución temporal de los resultados de control

4.4. Los instrumentos de control

4.4.1. Procesos y actividades

4.4.2. Los documentos de control a cumplimentar por el vendedor

4.5. Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial

4.5.1. Los momentos de control posibles: diario, semanal, mensual, anual

4.5.2. La evaluación del desempeño: de las actividades a realizar, de los documentos a entregar, de los logros a obtener y de su conducta social

4.5.3. Análisis de las desviaciones del desempeño respecto de los valores previstos

4.5.4. Decisiones a adoptar

4.6. Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente

4.6.1. Elaboración de informes de seguimiento de los objetivos del plan

4.6.2. Decisiones de planeamiento

4.6.3. Evaluación de los informes de venta

4.6.4. Consecuencias de la evaluación

CUESTIONARIO

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

5. Formación y habilidades del equipo de ventas

5.1. Necesidad de la formación del equipo

5.1.1. Proceso de identificación de las necesidades de formación de la empresa

5.1.2. Objetivos de la formación

5.2. Modalidades de la formación

5.2.1. Tipos de formación: presencial, a distancia, en línea

5.2.2. Planes de formación de la organización

5.2.3. Estructura y contenidos de un plan de formación

5.2.4. Métodos, tiempos y áreas formativas

5.3. La formación inicial del vendedor

5.3.1. El curso de bienvenida

5.3.2. Detección de las carencias formativas del vendedor

5.3.3. Programas de refuerzo

5.3.4. El trabajo en grupo

5.4. La formación permanente del equipo de ventas

5.4.1. Áreas y acciones formativas

5.4.2. Organización de la formación

5.4.3. Controles de eficacia de las acciones formativas

5.4.4. Necesidades de formación emergentes

5.4.5. Evaluación de los planes de formación

CUESTIONARIO

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

6. La resolución de conflictos en el equipo comercial

6.1. Teoría del conflicto en entornos de trabajo

6.1.1. Psicología del conflicto

- 6.1.2. Niveles
- 6.1.3. Estructura
- 6.1.4. Dinámica
- 6.1.5. Principios y retos
- 6.1.6. Comunicación asertiva de los objetivos a lograr por el equipo
- 6.2. Identificación del conflicto
 - 6.2.1. Emociones y conflicto
 - 6.2.2. Comunicación verbal y no verbal de las partes en conflicto
 - 6.2.3. Los roles de las partes y sus actitudes emocionales
 - 6.2.4. Técnicas de detección
- 6.3. La resolución del conflicto
 - 6.3.1. Negociación y resolución de problema
 - 6.3.2. El uso de intermediarios o representantes
 - 6.3.3. Psicología y ética de la resolución
 - 6.3.4. Técnicas de resolución de situaciones conflictivas
 - 6.3.5. Estilos de negociación de conflictos
 - 6.3.6. Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupos

CUESTIONARIO

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Parainfo Colombia Calle José Abascal, 56 (Utopicus). Oficina 217. 28003 Madrid (España)
Tel. (+34) 914 463 350 Fax
clientes@parainfo.co www.parainfo.mx