

PROGRAMA ENFOCADO

ESTRATEGIA COMERCIAL





Una competencia feroz, clientes cada vez más exigentes, vendedores que no siempre comparten los valores de la empresa, el auge de Internet y el e-commerce nos obligan a replantearnos los métodos y sistemas de gestión comercial. Y a potenciar el liderazgo en la estrategia comercial.

Descubrí y desarrollá las cualidades necesarias para convertirte en un director comercial capaz de obtener el mejor rendimiento de su equipo en estos momentos tan difíciles.

OBJETIVOS

- Entender el complejo mundo comercial actual y todos los actores que intervienen.
- Diseñar la red de ventas más adecuada para tu producto o portafolio de productos.
- Definir un plan comercial ambicioso pero realista.
- Motivar a tu equipo con un sistema de remuneración justo, contemplando el “salario emocional”.
- Evolucionar del concepto de venta tradicional al de venta consultiva.
- Alcanzar la excelencia comercial y obtener buenos resultados de venta.

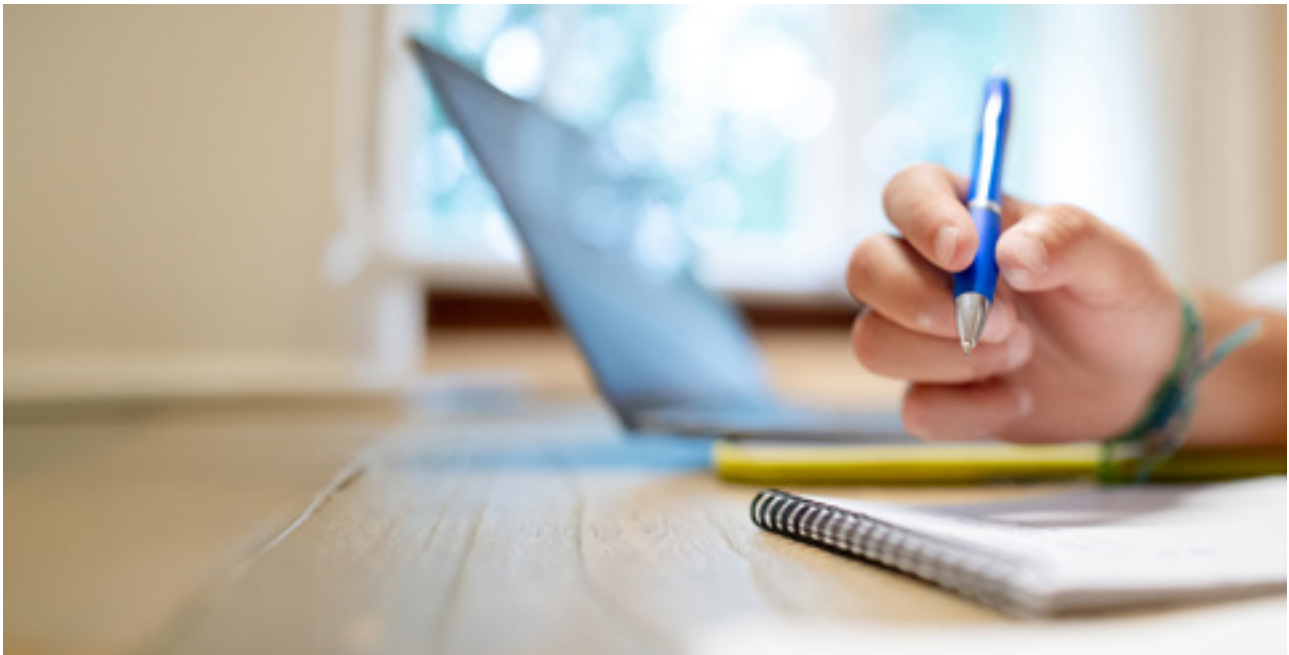
PARTICIPANTES

El programa enfocado está dirigido a jefes, directores, gerentes, ejecutivos, emprendedores que quieran reforzar sus conocimientos en área y encontrar nuevas perspectivas para ejecutar una estrategia comercial y reactivar los resultados de venta.

METODOLOGÍA

Se utiliza el Método del Caso como metodología de aprendizaje y se complementa conferencias-coloquios. Modalidad presencial.





CONTENIDO

- Gestión proactiva del cambio y políticas de venta en el entorno, el mercado, la distribución, el consumidor/cliente, el producto y la comunicación.
- Estructura de la fuerza de ventas y su impacto:
 - Costo por visita y KPI.
 - Tipos de redes de venta y su medición.
 - El papel de los mandos intermedios.
- Gestión de la fuerza de ventas:
 - Problemática de RR. HH. comerciales.
 - La excelencia en técnicas de venta consultiva.
 - El proceso de ventas y las metodologías comerciales: prospección, venta, posventa, recomendación.
- Motivación e incentivos de la fuerza de ventas:
 - La importancia de las actitudes y la inteligencia emocional.
 - Modelos de retribución a la fuerza de ventas.
 - Formas de motivación.
- Nuevos medios y formatos de venta:
 - Inbound marketing.
 - Marketing digital.
 - Experiencia omnicanal.

PROFESORES



Carlos Folle

Profesor de Dirección Comercial en el IEEM. Director del Advanced Management Program (AMP) en el IEEM.



Francisco Iniesta

Profesor de Dirección Comercial en el IEEM. Director académico del Master in Management (MiM) en el IESE Business School (España).



Julián Villanueva

Profesor de Marketing en el IEEM. Director del Departamento de Dirección Comercial en el IESE Business School (España).

