

REF: K073
HORAS: 20 horas

OBJETIVOS

- Introducirse en los conceptos y elementos que conforman el proceso comercial.
- Describir las características y perfil del buen vendedor y del resto de perfiles del equipo de ventas.
- Conocer las funciones y responsabilidades de la dirección comercial de ventas.
- Destacar las principales tareas que competen a la gestión comercial dentro de la estrategia de marketing: potencial, previsiones, estimaciones y presupuestos.
- Exponer en qué consisten y cómo se elaboran el presupuesto de ventas, el presupuesto de gastos de ventas y el presupuesto de gastos administrativos.
- Incidir en los beneficios que se derivan del establecimiento de territorios de ventas.
- Ver las principales cuotas de ventas, teniendo en cuenta que la cuota de ventas, y especialmente el volumen de ventas, está estrechamente relacionado con el potencial de ventas y las previsiones de la empresa.
- Analizar los diferentes aspectos a tener en cuenta en la evaluación y valoración del rendimiento en ventas.
- Concienciar sobre los elementos que deben regir la política retributiva, analizando qué repercusión tienen las recompensas intrínsecas y extrínsecas sobre la motivación.
- Aclarar los conceptos de gasto, coste, pago e inversión, así como los principales documentos usados en la compraventa y en el cobro y pago.
- Conocer las técnicas de fijación de precios y el cálculo del PVP.
- Introducir en los nuevos modelos de negocio y soluciones en movilidad aplicadas a la gestión comercial.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INICIACIÓN AL PROCESO COMERCIAL

- 1.1. La venta dentro del marketing.
- 1.2. El cliente.
- 1.3. La dirección y el equipo de ventas.
- 1.4. Comunicación.
- 1.5. Servicio al cliente.
- 1.6. Perfil del vendedor.

2. DIRECCIÓN COMERCIAL DE VENTAS

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Misiones y responsabilidades de la dirección comercial.
- 2.3. Planificación estratégica de ventas.
- 2.4. Organización del equipo de ventas.
- 2.5. Selección del equipo de ventas.
- 2.6. Contratación e integración de los vendedores.
- 2.7. Formación en ventas.

3. GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS

- 3.1. Conceptos básicos.
- 3.2. Presupuestos.
- 3.3. Territorios de ventas.
- 3.4. Cuotas de ventas.
- 3.5. Valoración del rendimiento de ventas.
- 3.6. Política retributiva.

4. DOCUMENTACIÓN COMERCIAL BÁSICA

- 4.1. Diferencias entre gasto, coste, pago e inversión.
- 4.2. Documentos relacionados con la compraventa.
- 4.3. Documentos relacionados con el cobro y pago.

5. FIJACIÓN DE PRECIOS Y CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

- 5.1. El precio.
- 5.2. Técnicas de fijación de precios.
- 5.3. Margen comercial y cálculo del P.V.P.
- 5.4. Descuentos y promociones.

6. NUEVAS TECNOLOGÍAS

- 6.1. Empresa y organización virtual.
- 6.2. e-business, e-commerce, e-service y modelos de venta.
- 6.3. ERP, CRM y e-CRM.
- 6.4. Soluciones en movilidad.