

ACCIÓN FORMATIVA:	ÉXITO EN LA VENTA
CATEGORÍA:	MARKETING
MODALIDAD	TELEFORMACIÓN
DURACIÓN:	70 HORAS

DESCRIPCIÓN

El presente curso comienza explicando quienes son los responsables de las ventas dentro de la empresa, cual es su ubicación. En los siguientes apartados se habla de las fuerzas de ventas en la empresa con el fin de que los alumnos puedan optimizarlas lo máximo posible. También se habla de los sistemas de recompensa, ya que como se verá, son una buena estrategia para motivar a los vendedores. En los últimos módulos se tratan aspectos más generales como las distintas técnicas de venta que hay y dos métodos de negociar con el cliente: El Método Spin Selling y el Key Account Manager.

OBJETIVOS

Se persigue que el alumno tenga todos los conocimientos para que llegue a realizarse la venta. Se hablarán de las características y habilidades que debe poseer un vendedor.

CONTENIDO DEL CURSO

1. VENTAS Y DIRECCIÓN COMERCIAL

- 1.1. Definición de ventas
- 1.2. La fuerza de ventas
- 1.3. Gestión de ventas

2. ORGANIZACIÓN COMERCIAL

- 2.1. El departamento de ventas
- 2.2. Evolución de la organización del departamento de marketing y del de ventas
- 2.3. Formas de organizar el departamento de marketing

3. RECLUTAMIENTO E INTEGRACIÓN DEL PERSONAL DE VENTAS

- 3.1. El proceso de reclutamiento
- 3.2. Análisis y planificación del reclutamiento y selección de vendedores
- 3.3. Acción del reclutamiento del vendedor
- 3.4. Procedimientos para seleccionar al personal de ventas
- 3.5. Integración del personal de ventas

4. LA FORMACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

- 4.1. El proceso de formación de vendedores
- 4.2. El plan de formación

5. SISTEMAS DE COMPENSACIÓN

- 5.1. La motivación de la fuerza de ventas
- 5.2. La importancia de la motivación de la fuerza de ventas
- 5.3. Aplicación de las teorías de la motivación en los equipos de ventas
- 5.4. Principales medios de motivación de la

Acción 33

fuerza de ventas

5.5. El sistema de retribución de la fuerza de ventas

5.6. Tipos de planes de retribución para vendedores

5.7. La retribución del personal de ventas como mecanismo de control

5.8. La retribución del personal de ventas y efectividad de la empresa

5.9. Enfoques teóricos para el diseño de sistemas retributivos

6. TÉCNICAS DE VENTA

6.1. Etapas de la venta o la comercialización

6.2. Técnicas y procesos de negociación

7. MÉTODO SPIN SELLIN

7.1. El método Spin Sellin

7.2. La ventas de alto valor (VAV)

7.3. El vendedor debe formular preguntas

7.4. ¿Qué significa Spin?

7.5. La necesidad de crear valor

7.6. Tipos de venta en función de tipos de clientes

8. KEY ACCOUNT MANAGEMENT

8.1. Key Account Management

8.2. Los KAM ¿solución a problemas empresariales?

8.3. Gestión de grandes cuentas

8.4. Gestionar cuentas clave desde la perspectiva del cliente

8.5. Key Account Management y valor