FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de

Implantación de métodos y herramientas para la mejora de la Productividad en la Fuerza de Ventas

Modelos, técnicas y herramientas para aumentar los niveles de productividad en su fuerza de ventas.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899

Iniciativas Empresariales
estrategias de formación

MANAGER BUSINESS SCHOOL

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID

Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Implantación de métodos y herramientas para la mejora de la Productividad en la Fuerza de Ventas

Presentación

Mejorar la productividad de la fuerza de ventas es uno de los objetivos comunes a todas las empresas. Decidir la estrategia para conseguirlo pasa por obtener y analizar la información de la empresa: conocer su estructura, los equipos humanos y técnicos con los que cuenta, los procedimientos de negocio así como el producto y el mercado en el que actúa la compañía.

La reciente crisis global y la volatilidad de los mercados de la nueva era ha provocado inestabilidad de la demanda, guerra de precios, descontrol de ingresos y un esfuerzo no previsto para mantener, y más aún aumentar, la cartera de clientes.
Este panorama ha obligado a las empresas a realizar un análisis interno y externo importante y a rediseñar los procesos comerciales para conseguir mayores índices de efectividad en la venta.

Este curso quiere dar respuesta a la mejora de la productividad a través de la gestión de las grandes bases de información. Para así conseguir trazar objetivos e indicadores de control de la fuerza de ventas, medirlos, corregir actuaciones a través de analizar tendencias y evaluar de manera continuada los resultados de las acciones comerciales de la empresa.

Además de analizar la información, rediseñar procesos y adecuar las plataformas digitales a las necesidades de la compañía, es fundamental rediseñar la fuerza de ventas conociendo y dimensionando estructuras apoyadas en redes de ventas propias y de terceros, e identificar tácticas de mejora de la productividad del equipo humano.

La Educación On-line

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

1. La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.
2. *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
3. *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.
4. *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Implantación de métodos y herramientas para la mejora de la Productividad en la Fuerza de Ventas

Método de Enseñanza

El curso se realiza online a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo su contenido (manual de estudio, material complementario, ejercicios de aprendizaje, bibliografía…) pudiendo descargárselo para que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta. En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible. Ponemos además a su disposición un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

Podrá también descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

El curso incluye:

- Aula Virtual
- Tutor personal
- Flexibilidad de horarios
- Pruebas de Autoevaluación

Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **60 horas** distribuidas en 6 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 6 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Implantación de métodos y herramientas para la mejora de la Productividad en la Fuerza de Ventas

Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo diseñar un modelo de mejora de productividad comercial integrado con la estrategia empresarial.
- Cómo mejorar el proceso de control comercial de su negocio aprovechando las oportunidades tecnológicas que ofrece la era digital.
- Cómo capacitar al equipo comercial con herramientas y mecanismos de autogestión para mejorar el rendimiento y conseguir sus objetivos.
- En qué situaciones es recomendable el uso de un Cuadro de Mando Comercial.
- Qué datos e información necesitamos para desarrollar correctamente las funciones principales de un gestor comercial.
- Cómo diseñar modelos de previsión y presupuestación que permitan el seguimiento de los resultados y aplicar medidas correctoras anticipadamente aplicando tendencias y estacionalidades.
- Qué factores intervienen en la correcta estructuración de un departamento de ventas.
- Cómo generar métricas e indicadores que permitan analizar la productividad, eficiencia y el rendimiento del proceso comercial a través de cuadros de mando.
- Qué información hay que analizar para tomar decisiones en el área comercial.

> “Contar con las metodologías y herramientas adecuadas le permitirá aumentar las oportunidades de venta”

Dirigido a:

Jefes de Ventas, Directores y Delegados Comerciales y, en general, a todas aquellas personas que tengan a su mando equipos comerciales y que deseen aumentar la productividad en ventas de sus equipos.

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Implantación de métodos y herramientas para la mejora de la Productividad en la Fuerza de Ventas

Contenido del Curso

MÓDULO 1. La empresa y el proceso comercial

10 horas

Conseguir mejorar la productividad de la fuerza de ventas pasa por conocer en profundidad el proceso de negocio comercial y su integración con los demás procesos de negocio de la empresa. En este módulo se toma una perspectiva general de la empresa para dibujar el proceso comercial e integrarlo con su estrategia global.

1.1. El proceso comercial. Su integración con la estrategia de la empresa.

1.2. Visión de procesos para tener una gestión comercial eficiente.

1.3. Definición del modelo de control comercial.

1.4. El Cuadro de Mando comercial:
1.4.1. Implantación de un Cuadro de Mando comercial.

1.5. Definición de KPI´s para el control comercial.

MÓDULO 2. Herramientas y plataformas digitales de soporte a la venta

10 horas

A lo largo de este módulo conoceremos cómo a través de Cuadros de Mando Integrales (CMI), tecnologías BI (Business Intelligence) y CRM se gestionan grandes bases de información para conseguir trazar objetivos e indicadores en la fuerza de ventas, medirlos, corregir actuaciones y evaluar de manera continuada los resultados de las acciones comerciales de la empresa.

2.1. Sistemas de información digitales:
2.1.1. Introducción.
2.1.2. Sistemas de información digitales.
2.1.3. Sistemas de operaciones:
2.1.3.1. Sistemas de planificación de recursos o ERP.
2.1.3.2. Sistemas de soporte de decisiones.
2.1.3.3. Sistemas de gestión de escritorio o de oficina.
2.1.4. Infraestructura TI de los sistemas de información.
2.1.5. Arquitectura tecnológica e integración de sistemas:
2.1.5.1. Integración de datos.
2.1.5.2. Integración de aplicaciones.
2.1.6. Resumen de los sistemas de información de las organizaciones.

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Implantación de métodos y herramientas para la mejora de la Productividad en la Fuerza de Ventas

2.2. Herramientas digitales de gestión departamental:
2.2.1. El impacto del Cloud Computing en la organización.
2.2.2. Business Intelligence:
2.2.2.1. Business Analitycs (BA).
2.2.2.2. BI en la actualidad: Redes Sociales y Big Data.
2.2.2.3. El reto de las organizaciones con Big Data.
2.2.3. Cuadros de Mando y BSC.
2.2.4. El paradigma CRM:
2.2.4.1. Cálculo del valor de un cliente.
2.2.5. Sales Force Automation.

MÓDULO 3. Previsión y presupuestación comercial

10 horas

Este módulo presenta algunas de las técnicas de previsión comercial más comunes y algunas propuestas de presupuestación en base a series temporales, tendencias y estacionalidades. Analizamos la información anticipadamente para establecer tendencias de comportamiento de la productividad del equipo.

3.1. Realización del modelo de previsión comercial:
3.1.1. El modelo de previsión en el marco de un plan estratégico.
3.1.2. Cómo debe ser una previsión.
3.1.3. Factores a tener en cuenta en una previsión de ventas.
3.1.4. Técnicas de previsión:
3.1.4.1. Análisis cuantitativo.
3.1.4.2. Análisis cualitativo.

3.2. Integración de los datos financieros al modelo de previsión.

3.3. Presupuestos en base a series temporales:
3.3.1. Definición de serie de tiempo.

3.4. Incorporación de tendencias y estacionalidades:
3.4.1. Incorporación de tendencias:
3.4.1.1. Análisis de regresión.
3.4.1.2. Coeficiente de correlación.
3.4.1.3. Modelo de regresión lineal simple.
3.4.1.4. Ejemplo de aplicación de un pronóstico de regresión lineal simple.
3.4.2. Incorporación de estacionalidades:
3.4.2.1. Ejemplo de aplicación de un pronóstico de variación estacional o cíclica.

3.5. Integración del CRM en la previsión comercial.

Implantación de métodos y herramientas para la mejora de la Productividad en la Fuerza de Ventas

MÓDULO 4. Estructuración de la fuerza de ventas

10 horas

La correcta estructuración de la fuerza de ventas es primordial en la vida de la organización ya que permite adecuar los equipos al entorno de mercado para establecer sistemas de gestión sobre la productividad de la fuerza de ventas.

4.1. Modelos de dimensionamiento de la fuerza comercial.

4.2. Estructuras de ventas:
4.2.1. Las ventas en la era digital.

4.3. Utilización de analíticas, qué medir y cómo medir:
4.3.1. Entorno general.
4.3.2. Sector de actividad.
4.3.3. Análisis de los productos o servicios.
4.3.4. Análisis de los clientes.
4.3.5. Análisis de la distribución y ventas.
4.3.6. Análisis de la competencia.

4.4. Modelos de simulación para la función comercial:
4.4.1. Modelos de propensión de compras.
4.4.2. Modelos para estimar el potencial de consumo.
4.4.3. Modelos de retención de clientes.
4.4.4. Segmentación de comportamiento.
4.4.5. Modelos LTV.

4.5. Cálculo del modelo Life Time Value.

4.6. Análisis de desviaciones en los procesos:
4.6.1. Desviaciones desde la contabilidad general.
4.6.2. Desviaciones desde la contabilidad de costes:
4.6.2.1. Desviación en costes variables.
4.6.2.2. Desviaciones en costes fijos.
4.6.2.3. Desviaciones en ventas.

Implantación de métodos y herramientas para la mejora de la Productividad en la Fuerza de Ventas

MÓDULO 5. Gestión y motivación de las personas del equipo de ventas

10 horas

Una de las claves para conseguir un equipo eficiente es una buena definición del puesto de trabajo que incluya claramente responsabilidades y objetivos tanto cuantitativos como cualitativos y ligados al buen desempeño de sus responsabilidades. En este módulo veremos cómo los mecanismos de definición del puesto de trabajo y evaluación continuada y la definición de objetivos y remuneración incentivada toman un papel protagonista en la estrategia de mejora de la productividad.

5.1. Definición del puesto de trabajo. Motivación a través de modelos de remuneración incentivada. Oferta de trabajo.

5.2. Evaluación del gerente comercial.

5.3. Objetivos KPI´s individuales y de equipo.

5.4. La alineación con otros equipos de la empresa.

5.5. Formación específica de ventas para la mejora del rendimiento.

5.6. La evaluación del desempeño.

MÓDULO 6. El Plan de Ventas para la mejora del rendimiento de la fuerza de ventas

10 horas

Este último módulo del curso recoge todos los conceptos estudiados hasta el momento para facilitar la tarea de control comercial. Para ello se analiza la realización de un Plan de Ventas, la columna vertebral de la información para asegurar la excelencia en el control comercial y poder de este modo establecer mecanismos de mejora continuada sobre la productividad de los equipos de ventas.

6.1. Estructura del Plan de Ventas.

6.2. Definición y distribución de la información:
6.2.1. Análisis externo.
6.2.2. Análisis interno.
6.2.3. Análisis DAFO.

6.3. Punto clave: la estrategia de mejora de la productividad.

6.4. KPI, objetivos y plan de acción:
6.4.1. Objetivos del equipo de ventas.
6.4.2. La oferta y el valor del producto.
6.4.3. El plan de acción de ventas.

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

6.5. Seguimiento a través de la planificación, previsión y presupuesto.

6.6. Ratios de productividad.

Implantación de métodos y herramientas para la mejora de la Productividad en la Fuerza de Ventas

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

Beatriz de Quintana
Ingeniera Informática. Máster de Marketing en EADA, cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector tecnológico IT como Mánager de Departamentos de Marketing y Ventas de diferentes empresas.

La autora y el equipo de tutores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **IMPLANTACIÓN DE MÉTODOS Y HERRAMIENTAS PARA LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD EN LA FUERZA DE VENTAS.**