



## Curso Online de Gestión de Equipos Comerciales

*Herramientas y estrategias para liderar con éxito equipos de ventas en un entorno empresarial en constante evolución.*

**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

atcliente@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

# Gestión de Equipos Comerciales

## Presentación

La gestión de equipos comerciales implica liderar y dirigir un equipo de profesionales hacia el logro de sus objetivos y del éxito empresarial. Desde establecer una visión clara hasta motivar y capacitar a los miembros del equipo, la gestión efectiva es fundamental para impulsar resultados excepcionales en el ámbito empresarial.

En este curso exploraremos los pilares fundamentales que impulsan el éxito en la gestión de equipos comerciales. Desde conceptos básicos hasta estrategias más avanzadas, aprenderá a liderar con confianza, a motivar a su equipo y alcanzar resultados excepcionales en el competitivo mundo de las ventas. Nuestro enfoque le proporcionará, además, herramientas prácticas y estrategias probadas que podrá aplicar de inmediato en su entorno laboral. A medida que avance en el curso, desarrollará una comprensión profunda de cómo gestionar eficazmente el talento en su departamento, a planificar estratégicamente sus ventas y saber aprovechar al máximo las herramientas tecnológicas disponibles.

Analizaremos las principales causas del fracaso en la gestión de equipos comerciales donde aprenderá valiosas lecciones sobre cómo evitar errores comunes y optimizar el rendimiento de su equipo.

No se conforme con ser un buen líder de equipos comerciales. Conviértase en un líder excepcional, capaz de llevar a su equipo y a su empresa hacia nuevos niveles de excelencia.

¡Únase a nosotros y descubra el poder de la gestión efectiva de equipos comerciales!

## La Formación E-learning

Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

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 el curso.

4 *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# Gestión de Equipos Comerciales

## Objetivos del curso:

---

- Proporcionar las herramientas y estrategias necesarias para liderar, motivar y gestionar eficazmente a sus equipos comerciales, con el objetivo de impulsar el éxito organizacional y alcanzar resultados sobresalientes en el mercado competitivo actual.
- Mejorar la capacidad para motivar, inspirar y comprometer a los miembros del equipo, aumentando así su productividad y su rendimiento.
- Adquirir conocimientos sólidos sobre los fundamentos de ventas y negociación, permitiendo cerrar más ventas y aumentar los ingresos.
- Aprender a identificar, reclutar y retener talento en ventas, asegurando un equipo altamente calificado y comprometido.
- Utilizar herramientas tecnológicas como CRM y análisis de datos para optimizar procesos comerciales y tomar decisiones basadas en datos.
- Comprender la importancia de la ética y la responsabilidad social en la actividad comercial, construyendo relaciones sólidas y duraderas con los clientes.
- Desarrollar habilidades de comunicación efectiva y gestión del tiempo para mejorar la interacción con clientes y la organización del trabajo.
- Aprender a gestionar el cambio y adaptarse de manera efectiva a entornos comerciales cambiantes, manteniendo la competitividad.
- Dominar el diseño y la implementación de estrategias comerciales efectivas para alcanzar y superar las metas de ventas.
- Identificar y abordar proactivamente las principales causas del fracaso en la gestión de equipos comerciales, mitigando riesgos y maximizando el éxito.

## Dirigido a:

---

Ejecutivos, Directores de Ventas y líderes de equipos comerciales, así como a todas aquellas personas involucradas en la gestión y dirección de equipos en el sector empresarial que quieran perfeccionar sus dotes actuales. Válido también para todas aquellas personas que quieran potenciar sus habilidades de liderazgo, mejorar estrategias de ventas y gestionar equipos de manera efectiva.

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

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

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá 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.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. Fundamentos de gestión y ventas

9 horas

La gestión de equipos comerciales es un campo crucial en el mundo empresarial contemporáneo, donde la competencia feroz y la dinámica del mercado exigen un enfoque estratégico y efectivo para alcanzar el éxito. En este contexto, la capacidad de liderar y coordinar equipos comerciales es fundamental para el éxito de cualquier organización, ya que influye directamente en su capacidad para generar ingresos, retener clientes y mantener una posición competitiva en el mercado.

#### 1.1. Introducción a la gestión de equipos comerciales. Conceptos fundamentales: el cimiento en la gestión de equipos

- 1.1.1. Coordinación.
- 1.1.2. Dirección.
- 1.1.3. Supervisión.

#### 1.2. Competencias del gerente.

#### 1.3. Alcance de la gestión de equipos comerciales: más allá de la supervisión

- 1.3.1. Caso práctico: implementación de un sistema CRM para optimizar la gestión de ventas.

#### 1.4. Importancia de la gestión de equipos comerciales en el ámbito empresarial:

- 1.4.1. Maximización del rendimiento comercial.
- 1.4.2. Mejora de la experiencia del cliente.
- 1.4.3. Adaptación a entornos competitivos.
- 1.4.4. Impulso a la innovación y la mejora continua.
- 1.4.5. Promoción de una cultura organizacional positiva.

#### 1.5. Fundamentos de ventas:

- 1.5.1. Principios básicos de ventas.
- 1.5.2. Propuesta de valor.
- 1.5.3. Importancia de la propuesta de valor.
- 1.5.4. Ejemplos de propuesta de valor.
- 1.5.5. Valor percibido: componentes esenciales (concepto ampliado).
- 1.5.6. Importancia del valor percibido.
- 1.5.7. Diferencias entre propuesta de valor y valor percibido.
- 1.5.8. Caso de análisis: Juicero. La promesa y la realidad de la máquina de jugos.

#### 1.6. Proceso de ventas: desde la prospección hasta el cierre

- 1.6.1. Proceso de ventas industrial.
- 1.6.2. Proceso de ventas en consumo masivo.

## MÓDULO 2. Liderazgo y motivación en el equipo comercial

17 horas

En el ámbito de la gestión de equipos comerciales, el liderazgo efectivo, la motivación del equipo y la gestión del talento son pilares fundamentales para alcanzar el éxito organizacional. Es importante conocer cómo potenciar estas áreas clave para inspirar y guiar a los equipos hacia el logro de objetivos comerciales sólidos y sostenibles.

### 2.1. Estilos de liderazgo en el contexto comercial:

- 2.1.1. Liderazgo en equilibrio: las cinco paradojas de un líder efectivo.
- 2.1.2. Modelo de 3 ejes del líder que desarrolla equipos de alto rendimiento:
  - 2.1.2.1. Autodiagnóstico 1: ¿domino las competencias clave para desarrollar equipos de alto rendimiento?
  - 2.1.2.2. Autodiagnóstico 2: ¿estoy dedicando el tiempo suficiente a trabajar los factores que permiten construir un equipo de alto rendimiento?
  - 2.1.2.3. Autodiagnóstico 3: ¿cuál es mi nivel de Inteligencia Emocional?
  - 2.1.2.4. Autodiagnóstico 4: ¿poseo habilidades de influencia estratégica?
  - 2.1.2.5. Autodiagnóstico 5: ¿tengo habilidades para gestionar el desempeño de mis colaboradores?
  - 2.1.2.6. Autodiagnóstico 6: ¿soy el líder desarrollador que mis colaboradores esperan?
  - 2.1.2.7. Un FODA personal para empezar a mejorar.

### 2.2. Gestión del talento.

### 2.3. Los procesos de selección en las organizaciones:

- 2.3.1. Las etapas del proceso de selección:
  - 2.3.1.1. Relevamiento inicial.
  - 2.3.1.2. Cultura y estilo de liderazgo.
  - 2.3.1.3. Perfil de competencias.
- 2.3.2. Reclutamiento.
- 2.3.3. Selección.
- 2.3.4. Presentación del informe integrador.
- 2.3.5. Entrevista con la línea.
- 2.3.6. Propuesta formal y exámenes preocupacionales.
- 2.3.7. Inducción a la persona en el puesto de trabajo.
- 2.3.8. Seguimiento.

### 2.4. Employee Journey Map (Mapa del Viaje del Empleado):

- 2.4.1. ¿Cómo construir un Employee Journey Map?

### 2.5. Formación y capacitación del equipo:

- 2.5.1. Metodologías de entrenamiento.
- 2.5.2. El coaching como herramienta de desarrollo del equipo comercial.
- 2.5.3. Gestión del desempeño.
- 2.5.4. ¿Qué es y para qué sirve el feedback 360°?

## MÓDULO 3. Planificación estratégica de ventas y herramientas comerciales

12 horas

La planificación estratégica de ventas es el proceso de establecer objetivos, identificar recursos y desarrollar estrategias para alcanzar y superar las metas de ventas de una organización. Es un componente fundamental para el éxito de cualquier equipo comercial y no solo implica establecer los objetivos de ventas, sino también planificar cómo alcanzarlos de manera eficiente y efectiva.

### 3.1. Análisis del mercado y segmentación de clientes:

3.1.1. Identificación de tendencias del mercado.

3.1.2. Segmentación de clientes y herramientas para recopilar y analizar datos de mercado.

### 3.2. Elaboración de la estrategia de ventas:

3.2.1. ¿Qué información es necesaria para elaborar la estrategia de ventas?

3.2.1.1. Análisis del mercado.

3.2.1.2. Comportamiento del cliente.

3.2.1.3. Información interna.

3.2.1.4. Competencia.

3.2.1.5. Tendencias del sector.

3.2.1.6. Tecnología y herramientas comerciales.

3.2.1.7. Recursos Humanos.

3.2.1.8. Políticas y regulaciones.

3.2.2. ¿Cómo elaborar el plan estratégico de ventas?

3.2.2.1. Ejemplo. Documento elaborado de la estrategia de ventas de una empresa de servicios.

### 3.3. Planificación y presupuestación de ventas:

3.3.1. Establecimiento de objetivos de ventas.

3.3.2. Análisis de ventas históricas.

3.3.3. Segmentación de mercado y clientes.

3.3.4. Desarrollo de estrategias de ventas.

3.3.5. Presupuestación de ventas.

3.3.6. Asignación de recursos.

3.3.7. Monitoreo y control de la estrategia de ventas.

### 3.4. Herramientas tecnológicas para la gestión comercial:

3.4.1. CRM (Customer Relationship Management).

3.4.2. Automatización de procesos comerciales.

3.4.3. Análisis de datos y reporting para la toma de decisiones comerciales.

## MÓDULO 4. Gestión estratégica comercial y adaptación competitiva

14 horas

En un entorno empresarial dinámico y competitivo, es vital comprender y aplicar estrategias efectivas para gestionar el ciclo de vida del cliente, adaptarse al cambio y mantener altos estándares éticos y de responsabilidad social. Comprender estos aspectos es fundamental para optimizar los procesos comerciales, mejorar la relación con los clientes y desarrollar una gestión empresarial ética y socialmente responsable.

### 4.1. Gestión del ciclo de vida del cliente:

4.1.1. Etapas del ciclo de vida del cliente.

4.1.2. Fidelización del cliente y gestión de la relación postventa:

4.1.2.1. Pensando estrategias de fidelización de clientes.

4.1.2.2. Estrategia nº 1 de fidelización: la lealtad del cliente, un pilar fundamental para el éxito empresarial.

4.1.2.3. Estrategia nº 2: la necesidad imperiosa de un servicio superior, la clave para la lealtad y el éxito.

4.1.2.4. Estrategia nº 3: el valor, la clave para la lealtad duradera.

4.1.2.5. Estrategia nº 4: el poder de las relaciones.

4.1.2.6. Estrategia nº 5: una inmersión profunda en el cálculo del NPS (Net Promoter Score).

### 4.2. Estrategias de upselling y cross-selling:

4.2.1. Modelos teóricos y marcos conceptuales relevantes:

4.2.1.1. Modelo de jerarquía de efectos.

4.2.1.2. Modelo del valor del cliente.

4.2.1.3. Teoría del comportamiento del consumidor.

4.2.2. Estrategias y tácticas para implementar el upselling y el cross-selling de manera efectiva.

4.2.3. Medición y seguimiento:

4.2.3.1. Métricas clave para evaluar el éxito de las estrategias de upselling y cross-selling.

4.2.3.2. Métodos para monitorear y analizar el rendimiento de las ventas.

### 4.3. Gestión del cambio y adaptación a entornos competitivos:

4.3.1. Estrategias para fomentar la resiliencia en el equipo comercial.

4.3.2. Herramientas y recursos para apoyar la adaptación al cambio.

4.3.3. Rol del liderazgo en la construcción de un equipo comercial resiliente.

4.3.4. Herramientas efectivas para medir y evaluar la resiliencia en el equipo comercial.

## MÓDULO 5. Causas del fracaso en la gestión de equipos comerciales

8 horas

En el mundo empresarial, la gestión efectiva de equipos comerciales es fundamental para alcanzar el éxito. Sin embargo, en ocasiones nos encontramos con situaciones en las que estos equipos no logran cumplir con sus objetivos y se enfrentan al fracaso en su desempeño. Es importante conocer las causas subyacentes de estos fracasos, identificando aspectos como la falta de un liderazgo efectivo, una selección y capacitación inadecuadas del personal, objetivos poco realistas, así como falta de motivación y compromiso para implementar estrategias de mejora y evitar posibles fracasos en nuestra gestión comercial.

### 5.1. Falta de liderazgo efectivo:

- 5.1.1. Ausencia de visión clara y dirección.
- 5.1.2. Estilos de liderazgo inadecuados o poco inspiradores.
- 5.1.3. Falta de comunicación y apoyo por parte del líder.

### 5.2. Deficiente selección y capacitación del personal:

- 5.2.1. Mal ajuste entre las habilidades del equipo y las demandas del mercado.
- 5.2.2. Falta de capacitación en técnicas de ventas y negociación.
- 5.2.3. Escasa atención a la formación continua y desarrollo profesional.

### 5.3. Objetivos poco realistas o mal definidos:

- 5.3.1. Establecimiento de metas inalcanzables o poco claras.
- 5.3.2. Falta de alineación entre los objetivos individuales y los de la empresa.
- 5.3.3. Incapacidad para adaptarse a cambios en el mercado o la competencia.

### 5.4. Falta de motivación y compromiso:

- 5.4.1. Ausencia de incentivos adecuados para el equipo.
- 5.4.2. Desconexión entre los valores personales y los de la empresa.

### 5.5. Inadecuada gestión del tiempo y recursos:

- 5.5.1. Dificultades para priorizar tareas y actividades comerciales.
- 5.5.2. Ineficiencias en los procesos de ventas y administrativos.
- 5.5.3. Escaso aprovechamiento de herramientas tecnológicas y recursos disponibles.

### 5.6. Falta de seguimiento y evaluación:

- 5.6.1. Ausencia de sistemas de medición del desempeño y resultados.
- 5.6.2. Falta de retroalimentación y coaching para mejorar el rendimiento.
- 5.6.3. Incapacidad para identificar y corregir problemas en etapas tempranas.

### 5.7. Resistencia al cambio y falta de adaptabilidad:

- 5.7.1. Inercia organizativa y resistencia a nuevas prácticas o tecnologías.
- 5.7.2. Falta de flexibilidad para adaptarse a cambios en el mercado o entorno comercial.
- 5.7.3. Cultura empresarial poco receptiva a la innovación y mejora continua.

### 5.8. Cierre del módulo: aprendiendo de los errores en la gestión comercial.

# Gestión de Equipos Comerciales

## Autor



### Juan Pablo Feroci

Licenciado en Comercialización y Marketing. Máster en Dirección de Empresas cuenta con amplia experiencia liderando el área comercial en empresas de distinta envergadura, desde multinacionales a Pymes, pertenecientes a distintos sectores de la economía. Es, en la actualidad, consultor de empresas en áreas clave como comercialización, marketing y gestión estratégica.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

