

Dirección comercial

Dirección comercial – MBSDCOMERC

- **250 horas**
- **495€**
- **¿Qué vas a aprender?**
 - Dirigir un departamento comercial de forma estratégica y eficaz
 - Estrategias de negociación y comunicación
 - Diseñar el modelo de distribución apropiado para tu negocio
 - Dar un buen servicio al cliente, antes, durante y después de la venta
 - Hacer una óptima gestión de quejas y reclamaciones

TEMARIO

DIRECCIÓN COMERCIAL

1. ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

1.1. Introducción

1.2. Organización de un equipo de ventas

1.3. Especialización dentro de los departamentos de ventas

1.4. Otras alternativas estratégicas de organización

2. PERFIL DEL VENDEDOR. CREACIÓN DE UN EQUIPO DE VENTAS



- 2.1. Capacidades ante la venta
- 2.2. El vendedor como comunicador
- 2.3. Estrategias para crear al vendedor
- 2.4. La escucha activa en el vendedor
- 2.5. Creación de un equipo de ventas

3. SELECCIÓN, SOCIALIZACIÓN Y FORMACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS

- 3.1. Selección de solicitantes y planificación estratégica
- 3.2. Socialización
- 3.3. Desarrollo y ejecución de un programa de formación de ventas

4. PROCESO DE VENTA

- 4.1. Introducción
- 4.2. Fase previa
- 4.3. Oferta del producto
- 4.4. Demostración
- 4.5. Negociación
- 4.6. Objeciones
- 4.7. Cierre de la venta

5. PREVISIÓN DE DEMANDA Y TERRITORIOS DE VENTA

- 5.1. Definición de previsión de ventas
- 5.2. Determinación del presupuesto de ventas
- 5.3. Territorio de ventas

6. SUPERVISIÓN, MOTIVACIÓN Y GASTOS

- 6.1. Supervisión del equipo de ventas
- 6.2. Motivación del equipo de ventas
- 6.3. Gastos y transporte del equipo de ventas



7. COMPENSACIÓN Y VALORACIÓN DEL DESEMPEÑO

- 7.1. Compensación del equipo de ventas
- 7.2. Consideraciones previas al diseño del plan
- 7.3. Diseño de un plan de compensación de ventas
- 7.4. Fijación del nivel de compensación
- 7.5. Desarrollo del método de compensación
- 7.6. Compensaciones monetarias indirectas
- 7.7. Pasos finales en el desarrollo del plan
- 7.8. Programa de valoración del rendimiento
- 7.9. Cuotas de ventas

8. ANÁLISIS DEL RENDIMIENTO DE LAS VENTAS

- 8.1. Introducción a la valoración del rendimiento del equipo de ventas
- 8.2. Dirección deficiente del esfuerzo de ventas
- 8.3. Bases para el análisis del volumen de ventas
- 8.4. Análisis de costes y rentabilidad del marketing
- 8.5. Recuperación de la inversión

NEGOCIACIÓN COMERCIAL

1. CONCEPTOS BÁSICOS

- 1.1. La negociación comercial.
- 1.2. Principales características de la negociación comercial.
- 1.3. Elementos de la negociación.
- 1.4. Tipos de negociación.
- 1.5. Lugar de la negociación.
- 1.6. El entorno de la negociación.
- 1.7. Principios de la negociación.

2. EL NEGOCIADOR



- 2.1. Características del buen negociador.
- 2.2. Tipos básicos de negociadores.
- 2.3. Procedencia cultural.
- 2.4. Selección de los negociadores.

3. PROCESO DE NEGOCIACIÓN

- 3.1. Preparación.
- 3.2. Material de apoyo.
- 3.3. Desarrollo.
- 3.4. Cierre.
- 3.5. Acuerdo.

4. ESTRATEGIAS, TÁCTICAS Y COMUNICACIÓN

- 4.1. Estrategias.
- 4.2. Tácticas.
- 4.3. Comunicación.

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

1. DISEÑO Y RETRIBUCIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- 1.1. La distribución.
- 1.2. Canal de distribución.
- 1.3. Tipos de distribución.
- 1.4. Canales de distribución básicos.
- 1.5. Funciones de los canales de distribución.
- 1.6. Diseño del canal de distribución.
- 1.7. Criterios de selección de los intermediarios.
- 1.8. Sistemas de marketing.
- 1.9. Conflictos entre canales.
- 1.10. Retribución comercial.



1.11. Tipos de descuento.

2. MAYORISTAS

2.1. Funciones.

2.2. Tipos de mayoristas.

2.3. Marketing.

2.4. Logística.

3. MINORISTAS

3.1. Venta minorista.

3.2. Minoristas con establecimiento.

3.3. Minoristas sin establecimiento.

3.4. Comercios asociados.

3.5. Marketing.

SERVICIO POSTVENTA

1. SERVICIO AL CLIENTE

1.1. Introducción.

1.2. Calidad del servicio.

1.3. Nivel de satisfacción del cliente.

1.4. Servicio al cliente.

1.5. Planificación de la atención al cliente.

1.6. Organización de la atención al cliente.

1.7. Gestionar la calidad en el servicio.

2. SERVICIO POSTVENTA

2.1. Importancia del servicio postventa.

2.2. Solución de problemas.

2.3. Tipos de seguimiento.



- 2.4. Diferenciación de la oferta en servicios.
- 2.5. Promover la diferencia.
- 2.6. Servicio postventa.
- 2.7. Fidelización de clientes.
- 2.8. Gestión de clientes: CRM.
- 2.9. Gestión de quejas y reclamaciones.

