



Iniciativas Empresariales

| estrategias de formación

MADRID 16 y 17 de marzo de 2010

BARCELONA 23 y 24 de marzo de 2010

MEDICIÓN Y CONTROL DE LA RENTABILIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS

Herramientas para controlar y mejorar los resultados de la empresa desde el área comercial

En este Seminario Usted conocerá...

- Cómo realizar un diagnóstico objetivo de la red de ventas actual de nuestra empresa.
- Cómo saber cuál es el tamaño óptimo de nuestra red comercial.
- Cómo analizar nuestra cartera de productos considerando el punto muerto y el margen de contribución de cada uno de ellos.
- Cuál es la contribución de cada uno de nuestros comerciales a los resultados de la empresa en términos de margen y beneficios.
- Cómo fijar objetivos ambiciosos y asumibles a la vez.
- Cómo establecer una política de salarios e incentivos motivadora.
- Cuál es el impacto en la rentabilidad comercial de las principales variables de marketing: el precio, el producto, la publicidad y la distribución en su empresa.
- Cómo calcular y optimizar el coste por visita.
- Cómo incrementar los contactos con nuestros clientes potenciales.
- Cuándo es adecuado utilizar redes comerciales externas y cómo supervisarlas.
- Qué puede ofrecernos Internet como herramienta de apoyo a la gestión comercial.
- Cómo analizar la gestión del crédito a clientes y fijar políticas comerciales orientadas a aumentar la liquidez mediante la aceleración del cobro.
- Qué herramientas podemos utilizar para rentabilizar la red comercial en tiempos de crisis.



BARCELONA

Tel. 932 721 366

Fax 932 721 491

MADRID

Tel. 902 021 206

Fax 902 021 207





Iniciativas
Empresariales

OTROS SEMINARIOS DEL ÁREA PREVISTOS PARA ESTE SEMESTRE:

- *Publicidad y RRPP en Internet.*

Barcelona, 2 y 3 de marzo de 2010
Madrid, 9 y 10 de marzo de 2010

- *Diagnóstico y optimización de redes comerciales.*

Barcelona, 8 de junio de 2010
Madrid, 15 de junio de 2010

Pueden consultar el programa completo en:
www.iniciativasesempresariales.com

MEDICIÓN Y CONTROL DE LA RENTABILIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS

Herramientas para controlar y mejorar los resultados de la empresa desde el área comercial



Objetivos:

En un contexto recesivo como el actual el departamento comercial recibe mayor presión; por un lado, es más difícil vender y conseguir nuevos clientes y, por otro lado, se pueden haber sufrido reajustes de personal que obligan a redefinir zonas comerciales y los objetivos asignados a cada miembro de la fuerza de ventas.

El Director Comercial y de Ventas necesita contar con herramientas que le ayuden a monitorizar el trabajo de sus equipos y a conocer en todo momento cuál es su contribución a los resultados financieros de su empresa. En este sentido, saber diagnosticar la rentabilidad de nuestra fuerza de ventas y establecer

estrategias para su mejora son factores clave para superar este periodo de recesión e incertidumbre. Este seminario ofrecerá herramientas para realizar un correcto diagnóstico de la rentabilidad de nuestra red comercial y elementos para mejorarla.



Dirigido a:

Directores Comerciales, de Ventas y Marketing. Delegados comerciales y cualquier profesional que tenga responsabilidad directa sobre la fuerza de ventas.



Ponente:

Carlos Magaña. Licenciado en Derecho y Económicas. Máster en Economía y Dirección de Empresas por el IESE. Consultor de empresas en las áreas comercial y de marketing. Profesor del CU Cisneros.

Cuando vender más es difícil hay que vender mejor. El análisis y control de la rentabilidad es un factor clave.



Programa:

1. FACTORES CLAVE PARA EL ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DE LA FUERZA DE VENTAS

- Impacto del tamaño de la fuerza de ventas.
- Análisis de la contribución de cada comercial.
- Cartera de productos: punto muerto y margen de contribución.
- Gastos comerciales vs inversiones comerciales.
- Política salarial y de incentivos.

2. EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD COMERCIAL

- Impacto de las principales variables:
 - Análisis comercial y financiero de la cartera de productos.
 - Política de precios por productos y clientes.
 - Efecto de las campañas de ventas, promocionales y de merchandising.
 - Rentabilidad de los distintos canales de distribución.
- La gestión y control del crédito a clientes.

3. FORMAS DE RENTABILIZAR LA RED COMERCIAL EN TIEMPOS DE CRISIS

- Vender mejor:
 - Impacto del coste por visita.
 - El coste de adquisición de nuevos clientes.
 - Reducción de visitas vs incrementos de los contactos con clientes.
- Política de control y seguimiento de gastos.

- Uso de redes comerciales externas.
- Internet como apoyo a la gestión comercial.
 - Como canal de venta.
 - Como vía de comunicación con la fuerza de ventas y con el mercado.

4. POLÍTICA DE CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA RED COMERCIAL

- Elementos clave.
- Los objetivos como parte fundamental de la ecuación comercial.
- La distribución de los objetivos entre la fuerza de ventas.
- Herramientas para el control, valoración y seguimiento de la fuerza de ventas.
- Valoración de los resultados de la fuerza de ventas.

5. ANÁLISIS DE UN CASO REAL DE RENTABILIDAD DE UNA RED COMERCIAL



MADRID

16 y 17 de marzo de 2010
Hotel NH Prisma
C/ Santa Engracia, 120

BARCELONA

23 y 24 de marzo de 2010
Hotel Catalonia Berna
C/ Roger de Llúria, 60

Horario: de 10 a 18:30 horas

Material de Trabajo:

Los asistentes recibirán la documentación que les permitirá el máximo aprovechamiento del seminario.

Precio:

980 € + 16 % de IVA. Esta cuota incluye la asistencia al seminario, comida y la documentación de trabajo. Los asistentes al seminario recibirán el correspondiente certificado de asistencia.

Este curso puede ser bonificable por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo. Tramitamos su bonificación sin coste adicional para su empresa. Consúltenos.
Imprescindible remitir toda la documentación requerida 10 días antes de la fecha de impartición del curso.

Con la colaboración de:


Flint

www.estrategiacomercial.es

Inscripciones: Información:

BARCELONA

Consell de Cent, 341
08007 Barcelona
Tel. 932 721 366
Fax 932 721 491

MADRID

Velázquez, 53 2º izda.
28001 Madrid
Tel. 902 021 206
Fax 902 021 207

BILBAO

Avda. Los Chopos, 39
48990 Getxo
Tel. 902 021 206
Fax 902 021 207

www.iniciativasempresariales.com

e-mail: attcliente@iniciativasempresariales.com

De acuerdo con la Ley Orgánica 15/99, de Protección de Datos, informamos que los datos de contacto del destinatario/a para la remisión de este folleto, provienen de un fichero de Iniciativas Empresariales, S.L. en el que se tratan para mantenerle informado de nuestros cursos. En caso de que no desee recibir nuevos folletos o bien desee ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, puede dirigirse a Iniciativas Empresariales, S.L., C/ Consell de Cent 341, 1º 08007 Barcelona o C/ Velázquez 53 2º 28001 Madrid.

FORMACIÓN A MEDIDA: CURSOS IN COMPANY.

Iniciativas Empresariales les ofrece también este curso en la modalidad in company. Esta formación a medida permite adaptar el contenido y los objetivos a las necesidades concretas de su empresa. Los asistentes podrán adquirir las destrezas y conocimientos necesarios para optimizar al máximo su trabajo.

Todos nuestros profesores son **profesionales en activo**, cuya trayectoria y experiencia aseguran una formación actual y dinámica, clave del éxito de todas nuestras acciones formativas.

El resultado final será:

- Un **análisis a medida**.
- La **planificación** de la acción formativa más coherente.
- Una **eficiente puesta en práctica**.
- Un **seguimiento, control y ajuste continuo** de la actuación formativa.
- Una **fluida comunicación** formador-empresa.

Iniciativas Empresariales tiene soluciones para todas las necesidades de formación de su empresa. Nuestro equipo está a su disposición para diseñar y desarrollar cualquier tipo de acción formativa, todo ello avalado por las numerosas empresas que nos los han solicitado.

"Invertir en conocimientos produce siempre los mejores intereses"

Benjamin Franklin