FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de

Diseño y Planificación de un Plan de Ventas

Herramientas y metodologías para diseñar y planificar un plan de ventas en la empresa.

Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación

MANAGER BUSINESS SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID

Llamada Whatsapp
(34) 601615098

Diseño y Planificación de un Plan de Ventas

Presentación

En muchas ocasiones se confunde el concepto de Plan de Marketing con el Plan Comercial o de Ventas de una organización. El Plan Comercial es una pieza clave de los distintos planes de la empresa (producción, RRHH, económico-financiero) ya que debe ser la planificación de toda nuestra acción de ventas y donde deberemos establecer los cálculos de las ventas esperadas para un período determinado, especificando además de qué forma pretendemos conseguirlo.

El correcto diseño de un Plan Comercial debe permitirnos alinear los distintos esfuerzos comerciales con los objetivos marcados por la empresa, así como disponer de una organización comercial adecuada, motivada y formada.

Este curso ofrece una exposición de los fundamentos teóricos y prácticos para la elaboración de un Plan Comercial, así como los pasos necesarios para llevar a buen puerto la ejecución del mismo. Se detallan los puntos que debe incluir, no sólo a nivel de predicción de ventas sino también de un buen diseño de las acciones comerciales a poner en marcha.

Finalmente, centraremos la atención en el diseño y seguimiento de nuestro plan a través de herramientas como los CRM, muy populares en los últimos años y que pueden resultar de gran ayuda para nuestro plan comercial.

La Educación On-line

Con más de 25 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.

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.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Diseño y Planificación de un Plan de Ventas

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará 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.

El curso incluye:

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

Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **50 horas** distribuidas en 3 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 3 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales expertos en la materia.

Material Complementario

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

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Diseño y Planificación de un Plan de Ventas

Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo estructurar un Plan de Ventas.
- Por qué es necesario un Plan Comercial.
- Qué factores deberemos tener en cuenta a la hora de poner en marcha un CRM.
- Cómo fijar objetivos a partir del Plan de Marketing.
- Cuáles son las principales responsabilidades que debe asumir la dirección comercial.
- Cómo realizar un análisis del entorno y de la demanda.
- Qué herramientas pueden utilizarse para mejorar la organización del trabajo de su equipo comercial.
- Cómo evaluar el atractivo estratégico del mercado.
- Cómo desarrollar y establecer estrategias comerciales de forma efectiva.
- Qué sistemas existen para definir y optimizar las rutas de cada vendedor.
- Cómo motivar, integrar y formar a nuestros vendedores.
- Cómo puede ayudarnos el CRM en nuestra actividad comercial.
- Cómo diseñar un plan comercial alineado con el plan de marketing de su empresa.

> “Disponga de nuevas técnicas, herramientas y conceptos para organizar y optimizar las ventas en su empresa”

Dirigido a:

Directores Comerciales, Delegados Comerciales, Jefes de Ventas y, en general, a todas aquellas personas que tengan a su mando equipos comerciales o que precisen prepararse para realizar y diseñar planes comerciales y de ventas.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Diseño y Planificación de un Plan de Ventas

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Necesidad de un Plan Comercial. Concepto y particularidades

15 horas

Todo Plan Comercial tiene como objetivo poner en marcha un conjunto de acciones destinadas a conseguir poner en valor la ventaja competitiva de nuestro producto y/o servicio. En este primer módulo del curso veremos la importancia del plan comercial identificando su papel entre los distintos planes que pueden existir en la organización.

1.1. Diferencias entre Plan Comercial, Plan de Negocios y Plan de Marketing:
1.1.1. Plan Comercial.
1.1.2. Plan estratégico.
1.1.3. Plan de Marketing.

1.2. La venta como elemento central de la empresa:
1.2.1. La venta y el cliente:
1.2.1.1. Descripción de la venta y su historia.
1.2.1.2. Tipos de venta.
1.2.1.3. El cliente.
1.2.2. Los 7 pasos de la venta.
1.2.3. El vendedor:
1.2.3.1. Rol del vendedor.
1.2.3.2. Tipología de vendedores.

1.3. Dirección comercial:
1.3.1. Principales responsabilidades.
1.3.2. Principales funciones:
1.3.2.1. Principales tareas de un Director Comercial.
1.3.2.2. Principales requerimientos de la dirección comercial.

MÓDULO 2. Contenido del Plan de Ventas. Estructura y puesta en marcha

20 horas

2.1. Investigación y análisis:
2.1.1. Análisis interno.
2.1.2. Análisis externo.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

2.2. Definición estratégica comercial:
2.2.1. Evaluar el atractivo estratégico del mercado:
2.2.1.1. Factores en el atractivo del mercado.
2.2.1.2. Métodos General Electric.
2.2.1.3. Matriz Boston Consulting Group.
2.2.2. Análisis DAFO.
2.2.3. Tipos de estrategias comerciales.

2.3. Objetivos y medios:
2.3.1. Fijación de objetivos:
2.3.1.1. Previsión y cuotas de ventas por vendedor / producto / zona comercial.
2.3.2. Tácticas.

2.4. Gestión de la red de ventas:
2.4.1. La Dirección Comercial: control y seguimiento.
2.4.2. La comunicación comercial:
2.4.2.1. Técnicas de venta.
2.4.3. Necesidad y organización del territorio:
2.4.3.1. Delimitación de zonas comerciales.
2.4.3.2. Establecimiento de rutas.
2.4.4. Gestión de vendedores:
2.4.4.1. Selección.
2.4.4.2. Motivación.
2.4.4.3. Formación.

MÓDULO 3. Control y seguimiento de las ventas - CRM

15 horas

Cada organización requiere de un enfoque y de unas herramientas concretas, pero las nuevas tecnologías ofrecen en la actualidad unas facilidades que cualquier Director Comercial debe apreciar para sus funciones. El objetivo de este módulo es conocer de qué herramientas disponemos para el seguimiento de las ventas.

3.1. Importancia del seguimiento del proceso de ventas:
3.1.1. Tipología de CRM.
3.1.2. Principales funcionalidades.
3.1.3. Cómo evaluar un CRM.

3.2. Aspectos a tener en cuenta antes de la implantación de un CRM:
3.2.1. Primeros pasos.

3.3. Caso práctico de alta de un CRM y parametrización para el sector consultoría.

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Diseño y Planificación de un Plan de Ventas

Autor

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

Miquel Brugué
Licenciado en Administración y Dirección de empresas cuenta con más de 15 años de experiencia ocupando puestos de Director General, Comercial y de Marketing.
Está altamente familiarizado en la definición, clarificación y revisión de planes estratégicos, creación de cuadros de mandos integrales, así como diagnósticos organizativos/comerciales, optimización de procesos y gestión del cambio.

El autor y su equipo de colaboradores 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 **DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN PLAN DE VENTAS.**

MANAGER BUSINESS SCHOOL

DIPLOMA

Iniciativas Empresariales y la Manager Business School certifican que D. / Dña.

XXXX XXXXX XXXXXXXXX

Ha superado satisfactoriamente el curso

DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN PLAN DE VENTAS

Habiendo demostrado el dominio de las materias impartidas mediante la superación de las pruebas de evaluación de las que consta el curso.

MANAGER BUSINESS SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com