

CÓMO ADECUAR LOS PROGRAMAS COMERCIALES: PREVISIÓN Y PLAN DE VENTA

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Ventas

OBJETIVOS

- » Determinar la importancia de la previsión de ventas como punto de arranque de la planificación.
- » Facilitar los sistemas, modelos y herramientas actuales en los que se apoyan las diferentes organizaciones para el cálculo de sus previsiones de ventas.
- » Constatar la importancia de la participación de la red comercial dentro del proceso de previsión de ventas e identificar las causas de su escasa optimización como fuente de conocimiento.
- » Facilitar una visión de conjunto sobre la metodología de desarrollo del plan de ventas.
- » Contrastar las bondades de la planificación de ventas, las excusas y los errores más comunes.

PROGRAMA - FASES

- » La previsión de ventas dentro del marco empresarial: los métodos de previsión y su utilidad.
- » Instrumentos, modelos y herramientas de análisis.
- » Instrumentos, modelos y herramientas de proyección.
- » Reflexiones sobre el plan de ventas: excusas y limitaciones.
- » Elementos a considerar en el diseño del plan de ventas: peligros y competencias por fases.
- » Guía práctica del plan de ventas.
- » Los errores más comunes del plan de ventas.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Dirigido a Directores comerciales, Jefes de venta, Delegados comerciales de alto potencial para dirigir equipos

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*