

# ORGANIZACIÓN DE SISTEMAS, MODELOS Y CANALES DE VENTAS

**GLOBAL\_**  
**THINKING**  
GLOBAL LEADERS\_

**SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.**

**FORMATO: Presencial**

**ÁREA: Ventas**

## OBJETIVOS

- » Conocer como profesionales en el entorno en el que estamos para poder entender esta u otra disciplina profesional.
- » Conocer experiencias con diferentes canales de venta por tipo de empresa / mercado, y por tipo de cliente.
- » Trabajar las estructuras y organizaciones que mejor convengan a la empresa y al producto.
- » Saber planificar el número de vendedores adecuado a cada fuerza de ventas.
- » El Marketing a través del Trade, el Category, el Merchandising.
- » Situar al responsable del equipo de ventas en el fase clave del itinerario de la relación con cliente.
- » El concepto de valor del cliente.
- » Análisis y tipificación por clientes.
- » Estrategias de venta: crecimiento y fidelización.

## PROGRAMA - FASES

- » Las estructuras de los sectores y la organización de ventas.
- » Los clientes y la red de ventas: itinerario de relación cliente-empresa.
- » Gestión y fidelización de clientes. Estrategias y programas de fidelización.
- » El punto de venta: confluencia de intereses de marketing y 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

- » 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.*