

PALANCAS COMERCIALES Y HERRAMIENTAS DE ENFOQUE EN EL MERCADO

GLOBAL_
THINKING
GLOBAL LEADERS_

SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Ventas

OBJETIVOS

- » Constatar los potenciadores y limitantes en la definición de los objetivos comerciales y los modelos de fijación.
- » Aportar los modelos y secuencia de fijación de objetivos, asignación de cuotas y marco retributivo a la red.
- » Presentar los diversos mecanismos y herramientas que posibiliten:
 - » Una mayor integración de la red.
 - » Una mejora del clima en el equipo.
 - » Una orientación específica hacia los objetivos.
 - » Así como elevar la motivación, rendimiento y sentimiento de pertenencia de la red comercial.

PROGRAMA - FASES

- » Los cimientos: la visión global.
- » Reflexiones sobre los planes de acción: excusas y limitaciones.
- » Los errores más comunes en los planes de acción.
- » Posición competitiva de la empresa.
- » Estrategias comerciales: las cuatro orientaciones.
- » Condicionantes de los sistemas para nuevas concesiones.
- » Principios y objetivos del srv para una concesión.
- » La remuneración emocional.
- » Tipologías de marcos retributivos a una red comercial.
- » Asignación de cuotas en cada zona.
- » Modelos por resultados y modelos por comportamientos.
- » Optimización de los sistemas.

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 Gestores de Cuentas que deseen mejorar sus ratios de venta. Así mismo se dirige a Directores y Jefes de Venta que quieran actualizar sus métodos y los de sus equipos y a Responsables de Desarrollo de Negocio que necesiten desarrollar de forma profesional y efectiva la venta con sus clientes.

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