Programa Formativo

ACCIÓN DE FORMACIÓN:

CURSO EXCELENCIA EN VENTAS

DURACIÓN:

14.00 horas [8.00 hora(s) teórica(s) y 6.00 hora(s) práctica(s)]

OBJETIVO GENERAL:

PROPÓSITO:

DIRIGIDO A:

UNIDADES PROGRAMÁTICAS

UNIDAD 1: Proceso de Ventas

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Identificar las etapas que componen el proceso de ventas, señalando sus características.	"1,1) Definición de la venta. 1,2) Investigación del mercado. 1,3) Planificación de ventas. 1,4) Ejecución del plan de ventas. 1,5) Servicio postventa."	1.00 horas teóricas y 0.00 horas prácticas (1.00 horas totales)

UNIDAD 2: Investigación del mercado

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Analizar las etapas que componen el estudio de mercados, reconociendo su importancia para la planificación de la estrategia comercial de la organización.	"2,1) Investigación del mercado: 2,1,1) Análisis de oferta: competidores. 2,1,2) Análisis de demanda: clientes y segmentación 2,1,3) Determinación de los requisitos del producto o servicio."	1.00 horas teóricas y 0.00 horas prácticas (1.00 horas totales)

UNIDAD 3: Planificación de ventas

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Analizar el proceso de planificación de ventas, señalando las actividades que lo componen y reconociendo su importancia para el alcance del objetivo de ventas, como pilar para la salud financiera de la organización.	"3,1) Planificación de ventas: 3,1,1) Determinación del objetivo de mercado: 3,1,1,1) Revisión de la estrategia corporativa. 3,1,1,2) Estudio de la capacidad instalada. 3,1,1,3) Formulación del presupuesto de la empresa: 3,1,1,3,1) Importancia del dato del costo fijo. 3,1,1,3,2) Importancia de tener un objetivo de ventas holgado. 3,1,1,4) Establecimiento del objetivo de ventas. 3,1,1,5) Segmentación y jerarquización de clientes. 3,2) Diseño del plan de ejecución en ventas: 3,2,1) Acuerdos pivotes. 3,2,2) Modelo 3D. 3,2,3) Principios del diálogo. 3,2,4) Plan de ejecución en ventas. 3,2,5) Integración."	1.00 horas teóricas y 1.00 horas prácticas (2.00 horas totales)

Programa Formativo (cont.)

UNIDAD 4: Ejecución del plan de ventas

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Reconocer los aspectos claves a considerar en la ejecución del plan de ventas, con el fin de alcanzar los objetivos establecidos en el mismo.	"4,1) Base de datos de clientes: 4,1,1) Importancia de la base de datos de clientes. 4,1,2) Herramientas tecnológicas disponibles a bajo costo. 4,1,3) Actualización de la base de datos de clientes. 4,2) Mecanismos de contacto con los clientes: 4,2,1,1) Selección del público objetivo. 4,2,1,2) Determinación del mensaje. 4,2,1,3) Determinación del canal o medio apropiado: 4,2,1,3,1) Correo electrónico/carta. 4,2,1,3,2) Teléfono. 4,2,1,3,3) Reunión cara a cara. 4,2,1,3,4) Publicación en medio masivo. 4,2,1,3,5) Evento público"	1.00 horas teóricas y 1.00 horas prácticas (2.00 horas totales)

UNIDAD 5: Proceso de compras

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Reconocer los aspectos objetivos y subjetivos que intervienen en la decisión de compra por parte del cliente, considerando técnicas que permitan mejorar el posicionamiento de la oferta del vendedor.	"5,1) Motivaciones del comprador. 5,2) Etapas del proceso de compras: 5,2,1) Planificación de compras. 5,2,2) Evaluación y registro de proveedores. 5,2,3) Definición de requisitos e información del producto a comprar. 5,2,4) Preselección de proveedores. 5,2,5) Solicitud y negociación de ofertas. 5,2,6) Selección de proveedores y adjudicación de la compra. 5,3) Determinación de los requisitos del producto o servicio (necesidades y expectativas del cliente). Atributos vs. beneficios. 5,4) Criterios típicos de selección de proveedores. 5,5) Importancia del posicionamiento de marca. 5,6) Importancia de la relación personal entre el comprador y el vendedor como factor de motivación."	1.00 horas teóricas y 1.00 horas prácticas (2.00 horas totales)

UNIDAD 6: Interacción con el cliente

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Identificar técnicas que permitan hacer mejorar el proceso de comunicación con el cliente, con el fin de aumentar su eficacia y eficiencia.		1.00 horas teóricas y 1.00 horas prácticas (2.00 horas totales)

Programa Formativo (cont.)

UNIDAD 7: Ofertas de servicios

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Identificar los objetivos, estructura y aspectos claves de los distintos modelos de ofertas de servicios, con el fin de presentar propuestas de impacto y eficaces a los clientes.	"7,1) Definición de la oferta de servicios. 7,2) Portafolio de servicios: 7,2,1) Objetivo. 7,2,2) Estructura. 7,2,3) Aspectos claves. 7,3) Oferta técnica específica: 7,3,1) Objetivo. 7,3,2) Estructura. 7,3,3) Aspectos claves. 7,4) Oferta económica específica: 7,4,1) Objetivo. 7,4,2) Análisis de precios:. 7,4,2,1) Perspectiva de los costos. 7,4,2,2) Perspectiva del mercado. 7,4,2,3) Protección del margen. 7,4,3) Estructura. 7,4,4) Aspectos claves. 7,5) Presentación y entrega. 7,6) Seguimiento a la aprobación. 7,7) Cierre de la	1.00 horas teóricas y 1.00 horas prácticas (2.00 horas totales)

UNIDAD 8: Técnicas de negociación en ventas

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Reconocer los aspectos claves de la técnica de negociación basada en principios, con el fin de aplicarlas al proceso de ventas.	"8,1) Atributos claves de la personalidad del vendedor. 8,2) Técnicas de Negociación: 8,2,1) Negociación basada en principios: 8,2,1,1) Determinación del objetivo del vendedor y del comprador. 8,2,1,2) Determinación de la MAAN. 8,2,1,3) Aplicación de la estrategia progresiva. Protección del margen."	0.00 horas teóricas y 1.00 horas prácticas (1.00 horas totales)

UNIDAD 9: Servicio postventa

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Reconocer la importancia del servicio postventa en el logro y mantenimiento de la satisfacción del cliente con el fin de potenciar la fidelidad y el crecimiento de las ventas de la organización.	"9,1) Definición y alcance del servicio postventa. 9,2) Importancia e impacto. 9,3) Evaluación de satisfacción como aspecto clave. 9,4) Seguimiento a quejas reclamos y felicitaciones. 9,5) Seguimiento a la ejecución de garantías y devoluciones."	1.00 horas teóricas y 0.00 horas prácticas (1.00 horas totales)

UNIDAD 10: Indicadores de gestión

OBJETIVO	CONTENIDO	DURACIÓN
Identificar los principales indicadores de gestión aplicables al área de ventas, con el fin de hacer seuimiento y medir el desempeño en la gestión comercial.	"10,1) Indicadores de procesos. 10,2) Indicadores de resultados."	0.00 horas teóricas y 0.00 horas prácticas (0.00 horas totales)