

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN SUPERVISIÓN DE VENTAS

La empresa moderna es consciente de la importancia de potenciar su recurso humano y capacitarlo en técnicas actualizadas de supervisión de ventas, a fin de alcanzar niveles de verdadera competitividad y excelencia.

El presente programa de supervisión en ventas tiene como objeto encarar las exigencias modernas de planeamiento, organización y control de la fuerza de ventas requeridas por la empresa, a fin de garantizar los niveles de productividad y calidad que el mercado plantea.

OBJETIVOS

- Convertirse en un gran motivador y saber estructurar a su equipo de ventas para alcanzar un desempeño superior y lograr el máximo impacto.
- Potenciar aquellas habilidades esenciales de liderazgo que lo han llevado al cargo que actualmente ocupa y crear el clima más idóneo para alcanzar la excelencia en el rendimiento de su equipo de ventas.
- Implementar técnicas modernas de planeamiento, organización y control de la fuerza de ventas para alcanzar las metas de su empresa e incrementar el volumen de ventas.
- Estimular la creatividad y aporte personal para mejorar la organización de ventas, las rutinas o procedimientos y la calidad del servicio al cliente.
- Adaptar la gestión de venta y atención a su estilo personal de interacción, reforzando la propia personalidad y aumentando su efectividad.
- Concitar un alto grado de confianza al conocer las claves para la comunicación más eficaz con sus equipos y con la gerencia superior.
- Aplicar con eficiencia y eficacia un presupuesto de ventas para aumentar la productividad de la fuerza de ventas.

METODOLOGÍA

- La metodología será teórico-práctica, de participación activa a través de "juego de roles" y ejercicios aplicados; consistirá en equipos de trabajo, para que en grupo y bajo la dirección permanente del expositor, se analicen una serie de casos que ilustran las técnicas y conceptos planteados en este programa.

DURACIÓN

- 90 horas

TEMARIO

1. RESPONSABILIDADES DEL SUPERVISOR

20 Horas

- Ética y valores en la función del supervisor.
- Perfil del supervisor de éxito.
- Funciones del supervisor.
 - Planeamiento,
 - Organización, El supervisor como administrador.
 - Dirección.
 - Control. Nivel de control de la productividad de los vendedores, rendimiento eficiente, Cartera de clientes, renovación.
 - Selección de personal, evaluación.
 - Entrenamiento in house y entrenamiento en el campo.
- Calidad en la venta. Satisfacción del cliente.

- Desarrollo de procedimientos para incrementar la venta.
 - Control de costos. Control de gastos. Indicadores de gestión.
- 2. PLANEAMIENTO DE VENTAS** **20 Horas**
- Consideraciones relativas al mercado. Mercado Potencial, Real y Futuro.
 - La venta dentro del entorno.
 - Segmentación de mercado. Por que segmentar. Criterios de segmentación.
 - Planeamiento, implementación y monitoreo de las estrategias de venta en el equipo.
 - Factores que afectan la demanda y como afectan la venta.
 - Análisis del Servicio ofrecido.
 - Fijación de objetivos, mecánica - cascada ascendente, cascada descendente.
 - El presupuesto de ventas, los programas de ventas. Tipos de presupuestos.
 - Determinación del nivel del presupuesto.
 - Procedimiento para elaborar el presupuesto de ventas.
 - Criterios de evaluación. Criterios de valorización presupuestal.
 - Preparación de un presupuesto de ventas.
 - Control del presupuesto. Correcciones como y cuando.
- 3. ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS** **20 Horas**
- Organización de la fuerza de ventas. Tamaño de la Fuerza de ventas, determinación de la fuerza de ventas.
 - Distribución de la fuerza de ventas.
 - Responsabilidad y valoración de la organización de Dirección de Ventas.
 - Territorios de ventas, rutas, zonas, criterios de evaluación.
 - Selección e inducción de vendedores.
 - Los programas de ventas, argumentos, Rol de visitas.
 - Organización del tiempo y el territorio.
 - La orientación, asesoría y supervisión de vendedores.
 - Programas de desarrollo de vendedores.
 - Remuneración del vendedor, importancia, sistemas de remuneración, sistema de incentivos, comisiones cuando y porque, requisitos de un sistema de remuneraciones, sistemas combinados, concepto de prima, compensación por ventas, Bonos de rendimiento, por evaluación.
 - Fijación de cuotas.
 - Posicione a su equipo para ganar cliente: Venta en equipo.
 - Trabajando en equipo. Cultura y ventajas.
- 4. LIDERAZGO Y FORMACION DE EQUIPOS DE VENTAS** **15 Horas**
- Liderazgo efectivo, situacional, Empowerment.
 - Toma de decisiones, principios y etapas para la toma de decisiones.
 - Importancia de la persuasión, como saber influir en las personas.
 - Manejo efectivo de los conflictos interpersonales. Diagrama de Meyer.
 - La psicología aplicada al trabajo y a la estrategia comercial.
 - Principios de dinámica de grupo, formas de desarrollo positivo dentro del grupo.
 - El supervisor y el manejo de las comunicaciones. Interacción social dinámica de las comunicaciones.
 - Haciendo reuniones efectivas. Dirección de reuniones.
 - El supervisor y el desarrollo del personal.
 - Motivación. Dinámica, como motivar, tipos de motivadores.
- 5. CONTROL EFECTIVIDAD EN VENTAS** **15 Horas**
- Evaluación de resultados:
 - Rendimiento del equipo de ventas.

- Valoración y control de los vendedores
- Medición de actividad, eficacia, principales ratios de evaluación.
- Los informes de ventas.
- Fijación de estándares de rendimiento para las ventas.
- Evaluación de méritos.
- Comprobación experimental de estrategias de ventas en equipo para mejorar los enfoques, acciones y tácticas.
- Aprender de los éxitos de la competencia.
- Valor agregado en las ventas.
- Estrategias de valor agregado.
- Identificación y generación de contribuciones de valor agregado para la venta.
- Negociando con sus clientes. Negociaciones efectivas: La venta relacionada.
- Desarrollo de una oferta centrada en el valor de los beneficios: La venta resolutiva.
- Llegue a acuerdos con su cliente: La venta consensual.