



Curso Online de Indicadores de Ventas

Conocimientos, habilidades y actitudes para diseñar, implementar y mejorar el sistema de gestión de indicadores de ventas.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098



**MANAGER
BUSINESS
SCHOOL**

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Presentación

Como responsables y gestores de ventas nuestro primer objetivo es crear un plan de acción para aumentar nuestras ventas. Posteriormente, debemos concentrarnos en medir la actividad de nuestro negocio usando indicadores que nos permitan saber cuál será el resultado final para poder actuar previamente si es necesario.

También hay que prestar especial atención en cómo medimos o cómo realizamos nuestras investigaciones a partir de KPIs para descubrir con precisión qué aspectos debemos mejorar para crecer en ventas.

Establecer KPIS o indicadores de ventas no es tarea fácil ya que sabemos que cada equipo es único. Este curso le permitirá conocer y elegir los indicadores de ventas que sean más relevantes para sus objetivos comerciales y según las características de su equipo de ventas.

La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1

La posibilidad de **escoger** el momento y lugar más adecuado para su formación.

2

Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4

Trabajar con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Objetivos del curso:

- Entender el papel y la naturaleza de los objetivos dentro de la planificación de la calidad.
- Conocer los pasos para formular, definir y establecer los objetivos estratégicos y operacionales en nuestra organización.
- Introducir el concepto de indicadores de ventas y saber definirlos.
- Planificar el reparto de los objetivos en las diferentes funciones y niveles de un equipo comercial.
- Definir indicadores de desempeño que nos permitan realizar un seguimiento y evaluar el logro de los objetivos y sus desviaciones.
- Establecer un sistema de medición del desempeño de nuestros procesos.
- Analizar los resultados del desempeño de cada proceso con patrones derivados de sus indicadores.
- Utilizar la información obtenida en nuestro sistema de gestión para una mejora continua.

“ Los indicadores de productividad en ventas permiten comparar diversas variables en relación con la organización, los productos y los empleados, además de proporcionar nuevas oportunidades en función de los resultados ”

Dirigido a:

Directores y Delegados Comerciales, Jefes de Ventas y, en general, a todas aquellas personas que tengan a su mando equipos comerciales y quieran implantar indicadores de productividad en ventas.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

6 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Situación y evolución del tejido empresarial

8 horas

Es importante conocer cómo está distribuido el entramado actual empresarial, en qué segmentos y tipología y con qué proporciones para poder evaluar de una forma objetiva y concreta el impacto que cada uno de ellos puede llegar a tener en nuestro PIB, así como su evolución.

- 1.1. Distribución del tejido empresarial.
- 1.2. Principales indicadores en una cuenta de explotación.
- 1.3. Motivación laboral.
- 1.4. Cómo establecer objetivos.
- 1.5. DAFO y CAME.

MÓDULO 2. KPIS de gestión y ventas

8 horas

Es imposible realizar una gestión de ventas adecuada sin conocer cuáles son los indicadores más importantes y habituales y en qué casos utilizarlos. Es importante su uso para disponer de la suficiente información que nos permita realizar un autodiagnóstico de nuestra gestión y poder llevar a cabo las acciones necesarias para corregir posibles desviaciones, en tiempo y forma, con eficacia, eficiencia y efectividad.

- 2.1. Estrategias y tácticas de venta.
- 2.2. Indicadores de ventas.
- 2.3. Eficacia y eficiencia organizacional.
- 2.4. Ratio de eficiencia.
- 2.5. Punto de Equilibrio y Margen de Seguridad en ventas.

MÓDULO 3. Técnicas de ventas

6 horas

El éxito de un negocio depende en gran medida de un proceso de ventas eficiente. Si queremos garantizar una buena gestión en la comercialización de nuestros productos y/o servicios deberemos estimar el éxito de la estrategia actual de ventas e integrar nuevas soluciones para automatizar los procesos y volverlos más eficaces.

- 3.1. Qué valoran nuestros clientes.
- 3.2. Fases del proceso de venta.
- 3.3. Cómo mejorar nuestra gestión.
- 3.4. El efecto señuelo.
- 3.5. Optimización y mejora en la gestión de venta.
- 3.6. Indicadores de prospección y oportunidades.

MÓDULO 4. Prospección y oportunidades

2 horas

- 4.1. Necesidades emocionales.
- 4.2. Persuasión empática.
- 4.3. La escucha activa.
- 4.4. Indicadores de comparativa y consecución.

MÓDULO 5. Método ABC. Sistemas de medición

2 horas

El análisis ABC es un método de administración empresarial que ayuda a hacerse una idea de la situación actual de las empresas. Permite encontrar la respuesta a cuestiones relacionadas con el volumen de ventas y, sobre la base de los datos obtenidos, tomar medidas concretas.

- 5.1. Ley de Pareto.
- 5.2. Distribución de existencias: el método ABC.
- 5.3. Indicadores del tiempo en ventas.
- 5.4. Sistemas de medición.
- 5.5. Entrevista de evaluación de resultados.

5.6. Entrevista de seguimiento: evaluación por competencias.

MÓDULO 6. Negociación y liderazgo

4 horas

La mayoría de nuestras negociaciones son de tipo inconsciente. Sin embargo, hay otras muchas conscientes que requieren un intenso esfuerzo por lo que existen una serie de habilidades y técnicas que nos permiten desarrollarlas y facilitarnos una mejora de nuestra posición ganadora.

- 6.1. Indicadores de volumen y calidad.
- 6.2. Negociación competitiva vs negociación cooperativa.
- 6.3. Claves para una buena negociación.
- 6.4. Metodología Harvard.
- 6.5. Indicadores para la valoración de gestores de ventas.
- 6.6. Efecto pigmalion.
- 6.7. Claves para un liderazgo exitoso.

Indicadores de Ventas

Autor



Francesc Pérez

Consultor experto en finanzas y en dirección y planificación comercial.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

