

MARKETING, VENTAS Y EMPRENDIMIENTO

ESTRATEGIAS DE VENTAS EFECTIVAS UN PASO DELANTE DE LA COMPETENCIA

DESCRIPCIÓN GENERAL

El curso proporciona una visión integral y práctica de las principales variables, procesos y decisiones que un gerente de ventas debe dominar. Se desarrollan temas relacionados con el mercado, los clientes, la competencia y estrategias de ventas que contribuyan eficazmente con el logro de los objetivos de ventas.

DIRIGIDO A

Profesionales que requieren fortalecer sus competencias gerenciales y técnicas en dirección de ventas de servicios y bienes, en los sectores industrial, organizacional y de consumo.

OBJETIVOS

El curso busca que el participante se familiarice con las herramientas específicas de la gerencia de ventas en el moderno contexto globalizado. Se presentarán y discutirán aplicaciones de los conceptos fundamentales de ventas a situaciones de nuestra realidad.

Al terminar el curso el participante estará en condiciones de:

- Gerenciar eficazmente una fuerza de ventas orientada a construir soluciones para sus clientes y a establecer relaciones de largo plazo.
- Preparar el plan de ventas de una empresa alineado con las estrategias de la empresa.

TEMARIO

- Factores que influyen en la efectividad de la fuerza de ventas
- El plan de ventas.
- Pronósticos de ventas.
- La ética en las ventas.
- El proceso de ventas.
 - Prospección
 - Calificación
 - Planeación de la visita
 - Captar la atención
 - Entender necesidades
 - Presentación de ventas
 - Negociación y Manejo de objeciones
 - Cierre
 - Pre entrega
 - Post venta
 - Expandir y Fidelizar
- Organización de ventas. Estructuras de la fuerza de ventas.
- Control de la fuerza de ventas. Métricas de ventas.
- Motivación de vendedores.
- Selección de vendedores.
- Capacitación. Definiendo las necesidades de capacitación.
- Planes de compensación orientados al logro de los objetivos de la organización.

EXPOSITOR: LEOVIGILDO PEREYRA GRAHAM

Dr.(c) en Administración Estratégica de Empresas, Pontificia Universidad Católica del Perú. DBA (c) of Business Administration, Maastricht School of Management, Holanda. Master of Philosophy, Maastricht School of Management, Holanda. Magíster en Marketing, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Ingeniero Industrial, Universidad de Lima, Perú. PADE de Administración, ESAN, Perú.

En relación con su producción intelectual, es coautor del libro “Casos de marketing” (McGraw Hill/CENTRUM Publishing, 2012).

En relación con su desempeño profesional, ha sido Director de Marketing y Ventas de CENTRUM Católica; Gerente de Ventas de la Escuela de Empresa de la UPC; Gerente de Marketing y Ventas de CIBERTEC; Gerente de Planta de PROLANSA, empresa del grupo ARMCO.

Actualmente es Consultor y Profesor en las Áreas Académicas de Estrategia y Liderazgo, y Marketing y Ventas en CENTRUM Católica Graduate Business School.

DURACIÓN: 24 HORAS

DIA: MIERCOLES