



Estrategias de Ventas Efectivas: Un paso adelante 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 de Aprendizaje

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.



Estructura y Contenidos

Sesiones 1 – 2	¿Qué influye en la efectividad de la fuerza de ventas? <ul style="list-style-type: none">• Roles y funciones del equipo de ventas.• El proceso de la administración de ventas.
Sesiones 3 – 4	Proceso de Compras y Ventas Estrategia de Captura de Clientes <ul style="list-style-type: none">• Prospección.• El embudo de la venta.• Herramienta de calificación.• Estrategias de aproximación.

Sesiones 5 – 6	<p>El rol de las ventas en la Administración de las relaciones con los clientes. Estrategia de Expansión y Fidelización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es ARC? • Función de las ventas personales en la estrategia de marketing. • Mejorar la fidelidad de los clientes.
Sesiones 7 – 8	<p>Organización de ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructuras de la fuerza de ventas. • Organización para dar servicio a las cuentas clave.
Sesiones 9 – 10	<p>Información en la administración de ventas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pronóstico de ventas. • Cómo establecer cuotas. • Cómo determinar el tamaño de la fuerza de ventas. • Territorios de ventas.
Sesiones 11 – 12	<p>Cómo motivar a la fuerza de ventas. Reclutamiento de la fuerza de ventas.</p>
Sesiones 13 - 14	<p>Capacitación de la fuerza de ventas. Planes de Compensación orientados al logro de los objetivos de la organización.</p>
Sesiones 15 – 16	<p>Presentaciones del trabajo aplicativo final.</p>



Expositor: Leovigildo Pereyra Graham

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

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

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

Actualmente es Consultor de Empresas para temas de Marketing y Aumento de la efectividad de los equipos de ventas y Profesor en el Área Académica de Marketing y Ventas en CENTRUM Católica Graduate Business School.



Duración: 24 Horas



Día: Miércoles