

Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales- MF1001_3

Duración:

90 horas

Modalidad:

Teleformación

Objetivos:

- Organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para favorecer el desarrollo óptimo del plan de ventas.
- Definir el perfil del puesto de trabajo de los miembros del equipo comercial en función del tipo de clientes y objetivos del plan de ventas.
- Conocer cómo se lidera un equipo de comerciales facilitando su implicación y motivación para favorecer el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas, valores e identidad corporativa.
- Conocer sobre el cumplimiento de objetivos y cuotas de venta del equipo comercial realizando la evaluación de las actividades y resultados para adoptar las posibles medidas correctoras y conseguir el máximo nivel de eficacia en la gestión comercial.
- Aplicar medidas correctoras a las desviaciones detectadas en el plan de ventas para optimizar la actividad comercial, de acuerdo con los objetivos establecidos
- Conocer los procesos y organizar la información necesaria para el diseño y desarrollo de planes de formación y perfeccionamiento del equipo comercial a su cargo, de acuerdo con las necesidades detectadas y las especificaciones recibidas para mejorar su eficiencia.
- Conocer cómo se establecen los planes de carrera, de mejora, de ascensos a puestos de responsabilidad y de reconocimiento de la valía de los miembros del equipo, que establecen el crecimiento y la promoción dentro de la empresa.
- Identificar para gestionar las situaciones de tensión y conflicto que se originen en el equipo de comerciales, mediante la conciliación, negociación y participación de los miembros, para mejorar las relaciones y motivación del entorno de trabajo.

Contenidos:

Unidad didáctica 1. Determinación de la fuerza de ventas.

- 1.1 Definición y conceptos clave
 - 1.1.1 Concepto de la fuerza de ventas.
 - 1.1.2 El territorio de ventas y los objetivos de venta.
- 1.2 Establecimiento de los objetivos de venta
 - 1.2.1 Número de clientes y fuerza de ventas.
 - 1.2.2 Red de venta externa e interna
- 1.3 Predicción de los objetivos ventas.
 - 1.3.1 La importancia de la predicción de ventas.
 - 1.3.2 Supuestos sobre el potencial de mercado.
 - 1.3.3 Métodos de predicción de ventas.
 - 1.3.4 Procedimientos de estimación de cuotas.
 - 1.3.5 Cuotas de ventas individuales y colectivas.
 - 1.3.6 Los presupuestos de ventas.

C E R C I O N

- 1.4 El sistema de dirección por objetivos
 - 1.4.1 Ventajas y desventajas.
 - 1.4.2 La medida de su consecución.
 - 1.4.3 Variables y Parámetros de control
 - 1.4.4 Objetivos del vendedor
 - 1.4.5 Objetivos del gerente de ventas
 - 1.4.6 Prevención de problemas.

Unidad didáctica 2. Reclutamiento y retribución de vendedores

- 2.1 El reclutamiento del vendedor:
 - 2.1.1 Perfiles del vendedor.
 - 2.1.2 Fuentes de reclutamiento.
 - 2.1.3 Captación de candidatos.
- 2.2 El proceso de selección de vendedores.
 - 2.2.1 La definición del puesto.
 - 2.2.2 Entrevistas.
 - 2.2.3 Pruebas de selección.
 - 2.2.4 La decisión de contratar/rechazar.
 - 2.2.5 El contrato de trabajo.
- 2.3 Sistemas de retribución de vendedores.
 - 2.3.1 La función de los planes de retribución.
 - 2.3.2 Métodos de retribución y compensación.
 - 2.3.3 Otras recompensas no monetarias.
- 2.4 La acogida del vendedor en la empresa.
 - 2.4.1 La sesión informativa inicial
 - 2.4.2 El manual de ventas de la organización
 - 2.4.3 La promoción de los vendedores.

Unidad didáctica 3. Liderazgo del equipo de ventas

- 3.1 Dinamización y dirección de equipos comerciales.
 - 3.1.1 La filosofía de dirección de la empresa.
 - 3.1.2 Cultura empresarial.
 - 3.1.3 El jefe del equipo y sus habilidades directivas.
- 3.2 Estilos de mando y liderazgo.
 - 3.2.1 Directivo.
 - 3.2.2 Participativo.
 - 3.2.3 Delegativo.
 - 3.2.4 Transformacional.
 - 3.2.5 Transaccional.
- 3.3 Las funciones de un líder.
 - 3.3.1 Crear y mantener motivado al equipo.
 - 3.3.2 Comunicarse con él.
 - 3.3.3 Motivar y liderar.
 - 3.3.4 Formar y corregir
 - 3.3.5 Planificar y controlar.
- 3.4 La Motivación y reanimación del equipo comercial.
 - 3.4.1 Definiciones.
 - 3.4.2 Principales teorías de motivación.
 - 3.4.3 Diagnostico de factores motivacionales.
 - 3.4.4 Un plan de motivación para vendedores.
- 3.5 El líder como mentor.
 - 3.5.1 El valor del ejemplo: habilidades y competencias del líder.
 - 3.5.2 La comunicación con el equipo.
 - 3.5.3 La prevención de conflictos.

Unidad didáctica 4. Organización y control del equipo comercial

- 4.1 Evaluación del desempeño comercial:
 - 4.1.1 Conceptos básicos.
 - 4.1.2 Métodos de evaluación del plan comercial.

C E R C I O N

- 4.2 Las variables de control.
 - 4.2.1 Las variables que miden el desempeño del equipo.
 - 4.2.2 Las variables que miden el desempeño del vendedor.
 - 4.2.3 El cuadro de mando del gerente de ventas.
 - 4.2.4 Los ratios de rendimiento de cada vendedor y del equipo en su conjunto.
- 4.3 Los parámetros de control.
 - 4.3.1 Valores tipo exigibles en cada área de desempeño para las variables de control.
 - 4.3.2 Representación gráfica de la evolución temporal de los resultados de control.
- 4.4 Los instrumentos de control:
 - 4.4.1 Procesos y actividades.
 - 4.4.2 Los documentos de control a cumplimentar por el vendedor.
- 4.5 Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial:
 - 4.5.1 Los momentos de control posibles: diario, semanal, mensual, anual.
 - 4.5.2 La evaluación del desempeño: de las actividades a realizar, de los documentos a entregar, de los logros a obtener y de su conducta social.
 - 4.5.3 Análisis de las desviaciones del desempeño respecto de los valores previstos.
 - 4.5.4 Decisiones a adoptar.
- 4.6 Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.
 - 4.6.1 Elaboración de informes de seguimiento de los objetivos del plan.
 - 4.6.2 Decisiones de planeamiento.
 - 4.6.3 Evaluación de los informes de venta.
 - 4.6.4 Consecuencias de la evaluación.

Unidad didáctica 5. Formación y habilidades del equipo de ventas

- 5.1 Necesidad de la formación del equipo.
 - 5.1.1 Proceso de identificación de las necesidades de formación de la empresa.
 - 5.1.2 Objetivos de la Formación.
- 5.2 Modalidades de la formación,
 - 5.2.1 Tipos de formación: presencial, a distancia, en línea,
 - 5.2.2 Planes de formación de la organización.
 - 5.2.3 Estructura y Contenidos de un plan de formación.
 - 5.2.4 Métodos, tiempos y áreas formativas.
- 5.3 La formación inicial del vendedor.
 - 5.3.1 El curso de bienvenida.
 - 5.3.2 Detección de las carencias formativas del vendedor.
 - 5.3.3 Programas de refuerzo.
 - 5.3.4 El trabajo en grupo.
- 5.4 La formación permanente del equipo de ventas.
 - 5.4.1 Áreas y acciones formativas.
 - 5.4.2 Organización de la formación.
 - 5.4.3 Controles de eficacia de la acción formativa.
 - 5.4.4 Necesidades de formación emergentes.
 - 5.4.5 Evaluación de los planes de formación.

Unidad didáctica 6. La resolución de conflictos en el equipo comercial.

- 6.1 Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
 - 6.1.1 Psicología del mismo.
 - 6.1.2 Niveles.
 - 6.1.3 Estructura
 - 6.1.4 Dinámica.
 - 6.1.5 Principios y retos.
 - 6.1.6 Comunicación asertiva de los objetivos a lograr por el equipo
- 6.2 Identificación del conflicto.
 - 6.2.1 Emociones y conflicto.
 - 6.2.2 Comunicación verbal y no verbal de las partes en conflicto.
 - 6.2.3 Los roles de las partes y sus actitudes emocionales.
 - 6.2.4 Técnicas de detección.
- 6.3 La resolución del conflicto.
 - 6.3.1 Negociación y resolución de problema.
 - 6.3.2 El uso de intermediarios o representantes.
 - 6.3.3 Psicología y ética de la resolución.

C E R C I O N

6.3.4 Técnicas de resolución de situaciones conflictivas.

6.3.5 Estilos de negociación de conflictos.

6.3.6 Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupos.

C E R C I O N

Metodología teleformación:

El curso se imparte bajo la modalidad de teleformación, cuya característica es que el proceso de aprendizaje se desarrolla a través de las tecnologías de la información y comunicación telemáticas, posibilitando la interactividad de alumnos, dinamizadores, tutores y recursos situados en distinto lugar.

Las principales características de esta modalidad son:

- **Accesibilidad y flexibilidad:** la plataforma y sus recursos son accesibles las 24 horas del día los 7 días de la semana, desde cualquier lugar, lo que supone un acceso al curso con independencia de la localización.
- **Uso de las tecnologías de la información y comunicación telemática:** implica que el material didáctico, los recursos que facilitan el aprendizaje, el seguimiento del curso y su control y evaluación están en la plataforma de teleformación.
- **Interactividad:** se produce un intercambio de conocimientos y experiencias profesionales sobre la materia entre los alumnos y el teleformador, y entre los alumnos a través de las herramientas de comunicación presentes en la plataforma de teleformación.
- **Autoestudio:** el material didáctico disponible en la plataforma está estructurado en módulos y/o unidades didácticas para facilitar el aprendizaje, pudiendo comprobar en todo momento tu progreso a través de la realización de ejercicios, casos prácticos y pruebas de evaluación que te ayudan a valorar el aprendizaje conseguido.
- **Interacción teórica/práctica:** la metodología utilizada permite el aprendizaje teórico y aplicabilidad práctica de los contenidos.

Los aspectos básicos de la metodología de teleformación son los siguientes:

El alumno recibe su alta en la plataforma de teleformación, con las fechas de inicio y fin y sus claves de acceso.

El centro de formación pone a tu disposición los siguientes recursos humanos:

- **Dinamizador:** que efectúa las labores de seguimiento en el desarrollo del curso por parte del alumno, apoyándole y motivándole en el proceso de enseñanza/aprendizaje dentro del entorno virtual formativo, su acceso se encuentra disponible a través del buzón de la plataforma.
- **Tutor:** experto en la materia a estudiar, encargado de orientar a los alumnos a lo largo del desarrollo del curso, resolviendo sus dudas, y controlando su progreso de aprendizaje, disponible a través del buzón de la plataforma.

Puedes ponerte en contacto con ellos a través del foro y por mensajería.

El material didáctico del curso se encuentra en la plataforma de teleformación.

En la plataforma se incluye una sección donde se pone a disposición del alumno la ficha del curso, metodología de teleformación, los datos de la acción formativa y del centro de formación, la planificación didáctica, calendario de tutorías, sistema de evaluación del aprendizaje, asistencia técnica, etc. Además cuenta con un calendario donde se indican las fechas de inicio de y fin de curso, las fechas orientativas para realizar las pruebas de evaluación y ejercicios, convocatorias de chats etc.

En la plataforma de teleformación, se ponen a disposición del alumno recursos como foros, chat, calendario de eventos, ejercicios, novedades, etc., herramientas que favorecerán tanto la interacción entre el tutor- alumno y alumno- tutor, así como la aplicación práctica de los contenidos teóricos.

Dispondrás además de un manual de uso de la plataforma y de un servicio de asistencia técnica.

C E R C I O N

Organización del material del curso

El curso estructura sus contenidos teóricos según se describe a continuación:

- Contenido didáctico, organizado en Módulos y/o Unidades formativas.
- Glosario y/o bibliografía y/o biblioweb y/o documentación de referencia.

El curso estructura sus contenidos prácticos según los objetivos a alcanzar, pudiendo utilizar una o varias de estas opciones:

- Ejercicios y actividades interactivas, con contenidos prácticos, que además permiten comprobar el grado de comprensión de los mismos.
- Casos prácticos y/o situaciones prácticas y relacionadas con el ejercicio profesional planteados por el teleformador.
- Controles (pruebas de evaluación): herramienta a través de la cual se conoce el grado adquirido de conocimientos.

Recursos de la plataforma de formación:

Además de los contenidos teóricos y prácticos del curso, en la plataforma de teleformación se encuentran los siguientes servicios y recursos:

- Foros: en los que tanto el tutor y los alumnos, como los alumnos entre sí, plantean situaciones, debaten situaciones prácticas, aportan informaciones prácticas, resuelven casos, etc.
- Chats, en los que el tutor y los alumnos, a través de un contacto directo y on-line, abordan temas de interés, aportan experiencias, trabajan los contenidos en grupo, etc.
- Buzón, herramienta básica de conexión alumno-teleformador, y viceversa, para llevar a cabo tanto el servicio de tutoría ofrecido a los alumnos como la gestión de las dudas que planten éstos, tanto para la parte teórica como para la parte práctica.
- Área de Recursos adicionales: donde tutores y alumnos pueden editar información relativa al curso.
- FAQ's: donde se obtiene información sobre las preguntas más frecuentes.
- Informe de progreso: a través del cual se pueden consultar el avance del curso, los resultados de la evaluación de los ejercicios y pruebas de evaluación y así como su nota media.
- Tutor: experto en la materia a estudiar, encargado de orientar a los alumnos a lo largo del desarrollo del curso, resolviendo sus dudas, y controlando su progreso de aprendizaje, disponible a través del buzón de la plataforma.
- Dinamizador: que efectúa las labores de seguimiento en el desarrollo del curso por parte del alumno, apoyándole y motivándole en el proceso de enseñanza/aprendizaje dentro del entorno virtual formativo, su acceso se encuentra disponible a través del buzón de la plataforma.
- Asistencia técnica: responsable de dar soporte informático al alumno, como puede ser la instalación de programas, solución de problemas de configuración, etc. Su acceso se encuentra en la página de inicio.

C E R C I O N

Evaluación de la formación

La herramienta que se utiliza para evaluar, y a su vez seguir y controlar tu proceso formativo, son los controles que deberán ser realizados en la plataforma, según la programación indicada.

Cuando realizas las pruebas de evaluación, con carácter inmediato podrás ver si tus respuestas son correctas y tu calificación, permitiéndote conocer el grado de éxito alcanzado.

La calificación obtenida en los controles se expresará atendiendo a la siguiente valoración basada en el número de respuestas correctas:

CALIFICACIÓN (APTO):

EXCELENTE 10 ó 9.

BIEN 8 ó 7

ACEPTABLE 6 ó 5

CALIFICACIÓN (NO APTO): 4 o menos.

Evaluación de la calidad de la formación

Con el objeto de evaluar la calidad de la formación, se pone a disposición del alumno de un cuestionario de Evaluación de la calidad que se cumplimentará de forma anónima y voluntaria.

Diploma:

A la finalización del curso se entrega un diploma de realización y/o aprovechamiento del mismo.

El curso se desarrolla en la modalidad de teleformación por lo que es necesario que el estudio del material didáctico se realice a través de esta vía.

Requisitos para la superación del curso, calificación de apto:

- Conexión regular a la plataforma
- Lectura y estudio de los contenidos (material didáctico)
- Realización del 100% de las pruebas de evaluación.

Requisitos para que la formación pueda ser bonificable:

Si tu empresa va a bonificar la formación, los requisitos son los que detallamos a continuación:

- **Conexión a la plataforma del 75% de las horas de duración del curso (la plataforma dispone de un reloj que contabilizará tu tiempo de conexión).**
- **Haber estudiado todo el material didáctico.**
- **Haber realizado el 100% de las pruebas de evaluación.**
- **Descargar las guías del alumno y el cuestionario de satisfacción.**
- **Poner un mensaje de debate sobre un tema de interés relacionado con la temática del curso en el foro general del curso.**
- **Realizar al menos un ejercicio complementario.**
- **Participar al menos una vez en el chat o en las actividades que proponga el tutor.**