

Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales

DESCRIPCIÓN

Los objetivos del curso son:

- Producir mensajes orales en situaciones de relación con un cliente para satisfacer sus necesidades.
- Interpretar la información de un discurso oral, en lengua estándar, tanto en vivo como retransmitido, en distintas situaciones- tipo de relación con un cliente/consumidor.
- Interpretar de forma eficaz información relevante contenida en textos escritos y documentos comerciales básicos utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.
- Redactar y cumplimentar documentación comercial básica utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Superar el examen final con nota superior al 60%

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning
Duración: 90 h



Titulación Otorgada
Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales



Título emitido por



**Modalidad Elearning**

Duración: 90 h

**Titulación Otorgada**

Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales

**Título emitido por****UD1. Determinación de la fuerza de ventas**

- 1.1 Definición y conceptos clave.
- 1.2 Establecimiento de los objetivos de venta.
- 1.3 Predicción de los objetivos ventas.
- 1.4 El sistema de dirección por objetivos.

UD2. Reclutamiento y retribución de vendedores

- 2.1 El reclutamiento del vendedor.
- 2.2 El proceso de selección de vendedores.
- 2.3 Sistemas de retribución de vendedores.
- 2.4 La acogida del vendedor en la empresa.

UD3. Liderazgo del equipo de ventas

- 3.1 Dinamización y dirección de equipos comerciales.
- 3.2 Estilos de mando y liderazgo.
- 3.3 Las funciones de un líder.
- 3.4 La Motivación y reanimación del equipo comercial.
- 3.5 El líder como mentor.

UD4. Organización y control del equipo comercial

- 4.1 Evaluación del desempeño comercial.
- 4.2 Las variables de control.
- 4.3 Los parámetros de control.
- 4.4 Los instrumentos de control.
- 4.5 Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial.

- 4.6 Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.

UD5. Formación y habilidades del equipo de ventas

- 5.1 Necesidad de la formación del equipo.
- 5.2 Modalidades de la formación,
- 5.3 La formación inicial del vendedor.
- 5.4 La formación permanente del equipo de ventas.

UD6. La resolución de conflictos en el equipo comercial

- 6.1 Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
- 6.2 Identificación del conflicto.
- 6.3 La resolución del conflicto.