

CURSO: **GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS DE SERVICIOS**

CONTENIDO DEL CURSO

SESIÓN 1: INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS BÁSICOS Y LINEAMIENTOS

- Dinámica para que todos los participantes puedan conocerse y compartir expectativas del curso
- Conceptos Básicos de Ventas
- Conceptos Básicos de Servicios
- Conceptos Básicos de Clientes
- Conceptos Básicos de Pipeline
- Conceptos Básicos de Prospección de Ventas
- Conceptos de Consumo Masivo
- Conceptos B2C
- Conceptos de Venta Relacional, B2B, Industrial o Consultiva
- Ejercicio práctico

SESIÓN 2: HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE VENTAS

- Mitos de Ventas
- Realidades de Ventas
- Mapa de Jugadores
- Networking
- CRM
- Pipeline de Oportunidades
- Metodología SPIN
- Prospección de Ventas
- Ejercicio práctico

SESIÓN 3: ENTORNO Y CONTEXTO DE LAS VENTAS

- Stakeholders
- Gestión de Compras
- Cartera de Clientes
- Competencia
- Ejercicio práctico

SESIÓN 4: ADMINISTRACIÓN Y PRONÓSTICO DE VENTAS

- Indicadores de Ventas (KPI's)
- Medición de Vendedores
- Definición de Cuota de Ventas
- Distribución de Cuentas
- Ejercicio práctico

SESIÓN 5: IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA DE VENTAS

- Definición de Perfiles de Ventas
- Reclutamiento y Selección de Vendedores
- Plan de Capacitación
- Programa de Compensaciones e Incentivos
- Ejercicio práctico

SESIÓN 6: VENTAS DE VALOR AGREGADO

- Metodología de Ventas de Valor Agregado
- Integración de los conceptos y experiencias adquiridas en el curso

SOBRE EL ESPECIALISTA



MG. MANUEL GARCÍA

Magister en Administración de Negocios Globales por CENTRUM y Magister en Liderazgo Internacional y Coaching Organizativo por la EADA.

Más de 20 años en experiencia en el manejo de equipos de ventas en el sector privado y docente en prestigiosas casas de estudios.