

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de Cambios en las Estrategias, Sistemas y Herramientas de Ventas

→ Cómo identificar los cambios necesarios a realizar para mejorar su departamento de ventas.




Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com

ARGENTINA - BOLÍVIA - COLOMBIA - COSTA RICA - CHILE - EL SALVADOR - MÉXICO
PANAMÁ - PERÚ - PUERTO RICO - REPÚBLICA DOMINICANA - URUGUAY - VENEZUELA - ESPAÑA

Llamada Whatsapp
 (34) 601615098



Presentación

Estamos viviendo en una época de transformación digital en todas las empresas que desean sobrevivir ante los cambios y tener éxito. Es una época donde empresas como Uber, Amazon, Netflix, Google, Facebook y muchas otras están consolidando un modelo exitoso de negocios gracias a Internet y a la gran capacidad de manejar la información para beneficio de los clientes.

La era donde “Internet de las cosas”, la “Inteligencia Artificial”, el software libre, la “movilidad” y la “tecnología de la información” marcan la pauta para implementar nuevos procesos operativos y de negocio dentro de las empresas. Es por ello que las empresas deben hacer cambios en todos sus procesos, especialmente en el de ventas.

Para implementar esos cambios es necesario hacer:

- Un autodiagnóstico de sus resultados de venta.
- Un análisis de cómo se está vendiendo actualmente.
- Un análisis de los requerimientos actuales del mercado en función de las nuevas tecnologías y de los cambios globales.
- Un ejercicio de implementación de los 5 pasos de los cambios en su proceso de ventas.
- El plan de trabajo a seguir.

Este curso le será de gran utilidad para hacer cambios en el proceso de ventas de su negocio y mejorar sustancialmente sus resultados de venta, pero sobre todo para tener un negocio más rentable y competitivo.

La Educación On-line

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

- ➔ La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- ➔ Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- ➔ Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- ➔ Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:

Aula
Virtual



Tutor
personal



Flexibilidad
de horarios



Pruebas de
Autoevaluación



Contenido y Duración del Curso

El curso **CAMBIOS EN LAS ESTRATEGIAS, SISTEMAS Y HERRAMIENTAS DE VENTAS** tiene una duración de 60 horas distribuidas en 6 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 6 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

A lo largo del curso el alumno desarrollará el “Manual de Cambios de Ventas” de su propia empresa y que será su principal herramienta para poder aplicarla.

Ejercicios de Seguimiento

Ejercicios donde se analizan casos de estudio, se investigan puntos importantes del entorno actual, se realizan autodiagnósticos y, lo más importante, se desarrollan los pasos y el plan de trabajo a seguir en los cambios a realizar.



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Qué es la transformación digital de las empresas.
- Cuáles son las nuevas tecnologías en ventas y cómo se aplican.
- Cuáles son los cambios globales en el mercado y cómo afectan a su negocio a corto, mediano y largo plazo.
- Cuáles son las nuevas expectativas de los clientes.
- Por qué es necesario hacer cambios en el proceso de ventas de su negocio.
- Cómo se está desarrollando el proceso de ventas en empresas como la suya con las nuevas tecnologías y ante los cambios en el mercado.
- Cómo está usted vendiendo actualmente en su empresa.
- Qué procesos interactúan con su proceso de venta.
- Cuáles son los puntos de mejora en su proceso actual.
- Cuáles son los cambios que debe efectuar en su proceso de ventas.

La Reingeniería de Ventas consiste en redefinir los procesos de venta para poder obtener mejores resultados en su empresa haciéndola más rentable y competitiva.

Dirigido a:

Directores Generales, Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Delegados Comerciales y, en general, a todas aquellas personas que deseen mejorar de forma sustancial sus resultados de venta de su empresa e incrementar su participación de mercado y la rentabilidad de su negocio.

Contenido del curso

➔ MÓDULO 1. Entorno actual

10 horas

Vivimos en un entorno cambiante tanto en lo social como en lo político, económico, industrial, científico, etc. Pero sobre todo en lo tecnológico, gracias a Internet y a la globalización vivimos cada día situaciones de cambio y de innovación en varios aspectos de nuestra vida.

Este módulo proporciona un panorama del entorno actual en el que se encuentra cualquier empresa para que identifique qué puntos de dicho entorno está cubriendo y cuáles no.

1.1. Entorno global.

1.2. Transformación digital.

1.3. Cultura organizacional.

1.4. Cultura de calidad.

1.5. Tecnologías:

1.5.1. ERP.

1.5.2. CRM.

1.5.3. Aplicaciones para celular.

1.5.4. Nuevos sistemas de cómputo.

1.5.5. Smartphones.

1.5.6. Redes Sociales.

1.5.7. VPN's.

1.5.8. Telepresencia.

1.5.9. Redes inalámbricas.

1.5.10. Web conferencing.

1.5.11. Streaming.

1.6. Herramientas de venta.

1.7. Tipos de clientes.

1.8. Requerimientos actuales de los clientes.

1.9. Nueva forma de trabajar.

Contenido del curso

➔ MÓDULO 2. Autodiagnóstico de ventas

15 horas

Una vez definido el entorno actual, el primer paso es hacer un autodiagnóstico de cómo estamos realizando cada una de las funciones involucradas en el proceso de ventas.

- 2.1. Importancia del autodiagnóstico.
- 2.2. Autodiagnóstico en análisis y segmentación del mercado.
- 2.3. En prospección y contacto.
- 2.4. En conocimiento de producto.
- 2.5. En manejo de herramientas de venta.
- 2.6. En identificación de necesidades.
- 2.7. En diseño de la solución.
- 2.8. En presentación de la solución.
- 2.9. En la negociación y cierre.
- 2.10. En servicio posventa.
- 2.11. En la generación de más ventas.

➔ MÓDULO 3. Autodiagnóstico de control

10 horas

Todo negocio debe contar con un plan que debe formularse a corto, medio y largo plazo y que es la base fundamental del desarrollo del mismo. Este autodiagnóstico de control sirve a la empresa para identificar cómo está estructurado su plan de negocios.

- 3.1. Análisis de plan de negocios.
- 3.2. Análisis de definición de cuotas.
- 3.3. Análisis de sus sistemas de control.
- 3.4. Análisis de plan de compensaciones.
- 3.5. Análisis de su plan estratégico de ventas.

Contenido del curso

→ MÓDULO 4. Puntos de mejora

10 horas

El autodiagnóstico realizado en el módulo anterior es el punto de partida para identificar cómo está vendiendo su empresa. Comparados todos los puntos con el entorno actual de ventas, podremos identificar qué estamos haciendo y qué no para analizar los puntos de mejora.

4.1. Puntos de mejora en su plan de negocios:

- 4.1.1. Objetivos.
- 4.1.2. Misión, visión, valores.
- 4.1.3. Productos a comercializar.
- 4.1.4. Infraestructura.
- 4.1.5. Mercado foco.
- 4.1.6. Fuentes de información.
- 4.1.7. Análisis FODA y modelo de Porter.
- 4.1.8. Análisis de competencia.
- 4.1.9. Plan de ventas.
- 4.1.10. Estrategia de venta.
- 4.1.11. Plan de inversiones.
- 4.1.12. Plan de rentabilidad.
- 4.1.13. Plan de trabajo.

4.2. Puntos de mejora en objetivos y cuotas:

- 4.2.1. Definición de objetivos.
- 4.2.2. Definición de cuotas.

4.3. Puntos de mejora en infraestructura.

4.4. Puntos de mejora en su sistema de evaluación y control:

- 4.4.1. Pipeline.
- 4.4.2. Pronóstico de ventas.
- 4.4.3. Funnel de ventas.
- 4.4.4. Plan de cuenta.
- 4.4.5. KPIs.

4.5. Puntos de mejora en su forma de vender:

- 4.5.1. El proceso de venta.
- 4.5.2. Mejore su forma de conocer el producto.
- 4.5.3. Mejore su forma de buscar clientes.
- 4.5.4. Mejore su forma de llamar la atención.
- 4.5.5. Mejore su forma de identificar necesidades.
- 4.5.6. Mejore su forma de desarrollar la solución.
- 4.5.7. Mejore la forma de presentar su propuesta.

Contenido del curso

- 4.5.8. Mejore la forma de lograr la venta.
- 4.5.9. Mejore su forma de dar continuidad a sus ventas.

4.6. Puntos de mejora en sus procesos:

- 4.6.1. Mejoras en su proceso de preventa.
- 4.6.2. Mejoras en su proceso de manufactura.
- 4.6.3. Mejoras en su proceso de entregas.
- 4.6.4. Mejoras en su proceso de compras.
- 4.6.5. Mejoras en su proceso de pagos.
- 4.6.6. Mejoras en su proceso de cobros.

4.7. En su interacción entre áreas.

4.8. En su calidad de servicio.

→ MÓDULO 5. Cambios

10 horas

- 5.1. Cambios en su selección de productos y proveedores.
- 5.2. Cambios en su forma de vender.
- 5.3. Cambios en su infraestructura.
- 5.4. Cambios en su forma de controlar sus ventas.
- 5.5. Cambios en sus procesos.
- 5.6. Impacto de los cambios.

→ MÓDULO 6. Plan de trabajo

5 horas

Una vez identificados los cambios a realizar en su proceso de ventas, se debe desarrollar un plan de cambios donde se identifica, cambio por cambio, quién es el responsable de ejecutarlo, cuánto tiempo lleva, qué otra acción depende de ese cambio y cuándo se haría.

- 6.1. Documentar el manual.
- 6.2. Plan calendarizado de cambios:
 - 6.2.1. Cambios en los productos.

Contenido del curso

- 6.2.2. Cambios en la forma de vender.
- 6.2.3. Cambios en la infraestructura.
- 6.2.4. Cambios en la forma de control.
- 6.2.5. Cambios en otros procesos.
- 6.3. Capacitación al personal.**
- 6.4. Documentar cambios.**
- 6.5. Seguimiento de los cambios.**
- 6.6. Evaluación y control.**

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Cambios en las Estrategias, Sistemas y Herramientas de Ventas han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

➔ Arnaldo Corona

Ingeniero en Electrónica y Telecomunicaciones, cuenta con más de 30 años de experiencia en puestos ejecutivos en las áreas de Ventas, Ingeniería, Operaciones, Soporte Técnico y Capacitación.

Consultor internacional, conferencista y profesor invitado en Universidades e instituciones privadas de varios países.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Cambios en las Estrategias, Sistemas y Herramientas de Ventas**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

