

Los 13 errores del director comercial y cómo evitarlos - ONLINE

Fecha: Días 18 y 19 de enero

Horario: 15:30-18:30

Duración: 6 horas

Lugar: Formación online

INSCRIPCIÓN

Objetivo

Vender más y mejor de un modo práctico, científico y eficiente. Elevar los actuales resultados mediante el análisis y la ejecución de medidas comerciales correctoras y la inclusión de nuevas prácticas probadas y de fácil implantación.

Metodología

El curso se impartirá a través de una herramienta colaborativa que permitirá la interacción y participación de todos/as los alumnos/as durante la formación. Únicamente necesitarás disponer de un ordenador con conexión a internet.

Programa

Se trabajará específicamente sobre claves de implantación directa para mejorar en las siguientes áreas clave:

1. LA CARTERA DE CLIENTES – Malas vs. Buenas decisiones
En esta parte se descubren las máximas aplicables a toda cartera y la importancia de chequear su cumplimiento en nuestra empresa. ¿Cuáles son mis clientes de alto valor actual o futuro?, ¿Cómo identificarlos? Medidas para orientarnos al cliente que realmente interesa y eliminación e acciones ineficaces.
2. OBJETIVOS REALISTAS Y LOS QUE NO LO SON
La mayor parte de los departamentos comerciales fijan mal sus objetivos El exceso o ausencia de estos tiene una incidencia directa en el resultado final.
3. ¿TODOS SOMOS VENDEDORES?
¿Qué características de la personalidad son científicamente explicativas del éxito comercial?, ¿Cómo identificar al candidato aventajado y negociar adecuadamente?
4. ERRORES AL SELECCIONAR TÉCNICO COMERCIALES
Errores a la hora de contratar y claves que SÍ cualifican al mejor.
5. ¿UN MAL PLAN DE CONTACTOS? .¿O NO HAY PLAN?

Con el tiempo, vender bien supone hacerlo en menos clientes, pero tratar con aquellos que son adecuados. Por ello es necesario contar con un plan de contactos que evite costes de oportunidad. ¿Qué errores estamos cometiendo?, ¿Cómo establecer una matriz de contactos práctica y ajustada a realidad?

6. MEJORA DE LA EFICIENCIA Y APROVECHAMIENTO DEL TIEMPO

La frecuencia es la madre de la venta y a ello se une que el 20% de nuestro esfuerzo genera el 80% del resultado. Es por ello necesario detectar aquellas malas prácticas que generan tiempos ociosos.

7. ERRORES AL TRATAR CON AGENTES Y DISTRIBUIDORES

La utilización de estas figuras puede suponer un rápido crecimiento que sin embargo, puede volverse en contra de la empresa. En esta parte del curso se tratará el modo en que deben negociarse unos acuerdos que deberían proteger a la empresa frente a reclamaciones, la defensa del margen o la exclusividad. ¿Cuándo emplear agentes y cuándo no?, ¿Y distribuidores?

8. NO TODO CLIENTE MERECE SE FIDELIZADO

9. ERRORES TÍPICOS EN LA CAPTACIÓN DE CLIENTES

10. ERRORES TÍPICOS RESPECTO AL PRECIO

11. ERRORES EN EL REPARTO DE LOS ROLES EN EL EQUIPO

12. ERRORES EN LAS MÉTRICAS COMERCIALES

13. ¿SIN CONTRATOS MEJOR?

Ponente

Javier Moreno

Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Publicista. Master M.B.A. en Administración de Empresas. Master en Dirección de Comercio Internacional. Ha desempeñado su labor en el área de consultoría de marketing, y puestos directivos en departamentos comerciales y gerencia. Director de DEKER. Consultores de Marketing

Otros datos relevantes

- **Fecha y duración**

- Días 18 y 19 de enero de 2021. De 15.30 a 18.30 horas.

- **Precio**

- 130 euros

Descuento de un 10% para las terceras y sucesivas inscripciones.
(Se retendrá el 100% del curso una vez que se haya confirmado).

FUNDAE

Las inscripciones podrán bonificarse parcialmente en las cuotas de la Seguridad Social a través de la encomienda de gestión a Cámara de Gipuzkoa.

Información

943 000284

