







Manager Ejecutivo





Plan de Venta

Programa Detallado de Clase

Contenidos Resumidos:

-  Proceso de planificación
-  El proceso de venta y el plan de ventas
-  Componentes del Plan de Ventas
-  Control y Cuadro de Mando

Aprenda a:

-  Dominar el proceso de planificación
-  Establecer y asegurar las relaciones entre Plan de Ventas y gestión de venta
-  Definir los componentes específicos de un Plan de Ventas
-  Diseñar y construir un cuadro de mando de ventas





Parte 1: Proceso de Planificación

La Planificación en la Mente del Planificador

Qué es la planificación

¿Qué es planificar?

Elementos a tener en cuenta en un proceso formal - diseñado - de planificación

Pasos de la planificación

Cómo convertirse en un “gurú”

Antiguos mitos empresariales

Lo que sí hace la planificación

Proceso mental

La Planificación en la Empresa

Planificación y Diseño de Organizaciones de Venta

Qué elementos tienen en común un grupo y una organización

Las decisiones que deberemos tomar al diseñar una organización de ventas

Qué elementos *diferencian* a un grupo de una organización.

Sobre Los Objetivos

Deseos y objetivos

Causa Básica de Desintegración organizacional

Conceptos fundamentales

¿Qué es “la visión”? ¿Qué es una meta? ¿Qué es un objetivo?

Claves para definir objetivos

Elementos a tener en cuenta

Características que debemos observar en los objetivos

Para qué se usan los objetivos en la organización

Conceptos relacionados a proceso de planificación

“Plan” y “Proceso de Planificación”

¿Qué es un plan?

¿Qué diferencia existe entre “plan” y “proceso de planificación”?

¿Qué diferencia existe entre “planificación” y “planificación estratégica”?

Tipos de Planes

Tipos de Planes o “niveles de planificación”

Plan Estratégico

Plan de Negocio o Plan de Negocios

Plan de Ventas

Parte 2: Ventas y Plan de Ventas

El Proceso de Venta

¿Qué es la venta?

El error habitual

Confundir “proceso de venta” con “entrevista”

Etapas de la Venta Profesional

Claves para cada etapa del proceso de venta

Componentes formales de un Plan de Ventas

Mezcla: ¿Vendedor o Ejecutivo Comercial?

Definición de Segmentos

Segmentación del mercado objetivo

Aplicación Práctica

Recomendaciones prácticas, ¿cuántos “tipos de clientes” hay?

Guía de análisis

Clave de Análisis “Los diez mandamientos de la prospección”

Argumentos de Venta

Claves para construirlos

Identificar las ventajas de su producto y traducirlas en valor para el cliente

Recomendaciones prácticas



Superar Objeciones

Métodos para diferenciar una excusa de una objeción
Soluciones ante una objeción auténtica

Un método de tres pasos para resolver objeciones
Algunos enfoques tradicionales, pero prácticos, para resolver objeciones

Parte 3: Componentes del Plan de Ventas

Plan de Ventas y Otros Tipos de Planes

Tipos de Planes
Periodos que abarca el plan
Componentes en común con otros tipos de planes
Componentes específicos de un Plan de Venta
Características del documento

El Objetivo

Diferenciar “causa” y “efecto”
Guía para la Definición de Objetivos

Cronograma

De qué se trata
Herramientas que pueden ser utilizadas para confeccionar “cronogramas”

Presupuesto

Dos confusiones típicas
Dos errores demasiado típicos
Presupuestos: técnicas para elaborarlos

Manual del Proyecto

De qué se trata
Lo específico en un Manual de Plan de Ventas
Situación actual o diagnóstico
Objetivo estratégico
Análisis de Oportunidades/Amenazas y Fortalezas/Debilidades
Estrategia
Cronograma y Presupuesto

Sistemas de remuneraciones de vendedores

Manual del vendedor
Sistema de Remuneraciones
Política de motivación y remuneración de vendedores
Política de remuneración comercial
Sistemas de remuneración

Parte 4: Control y Cuadro de Mando

El cuadro de mando o tablero de comando

La herramienta
Definiciones que se derivan del nombre de la herramienta
Las áreas o componentes de un Cuadro de Mando Integral y Balanceado
Indicadores

Claves para el Diseño de un Cuadro de Mando

Claves conceptuales
Características que deberían observarse en nuestro Cuadro de Mando
Variables “pertinentes” y variables “determinantes”
Variables e indicadores
Tipos de Indicadores



Etapas para la construcción de un Cuadro de Mando

Proceso para identificar determinantes (¡5 pasos!)

¿Cuáles serían, en su caso, las variables “determinantes”?

Proceso para convertir los determinantes en indicadores (¡7 pasos!)

Proceso para Sistematizar la Presentación de la Información en un Tablero

Cuadro de Mando en Plan de Ventas

Consideraciones previas

Aspectos específicos

A la hora de identificar el objetivo

Tasa de Conversión

Dos conceptos

Ejemplos de diseño de indicadores de “tasa de conversión”

a.- Para un vendedor que visita clientes

b.- Para un vendedor que recibe clientes en un salón

© Escuela de Ejecutivos

Queda hecho el depósito de la Ley 11723

Todos los derechos reservados