

Master en Ventas y Dirección Comercial

Duración: 420 horas.

Modalidad: online

Contenidos

• 1. 01 DIRECCIÓN COMERCIAL

- 01 DIRECCIÓN COMERCIAL
- Director de ventas
- Ampliación
- Equipo de ventas
- Análisis y conocimientos de los hechos
- Planificación de la venta
- Organización de la venta
- Creación de un Equipo de Venta
- Formación del Equipo de Venta
- Sistemas Remunerativos del Equipo de Ventas
- Sistemas Remunerativos del Equipo de Ventas
- Sistemas Remunerativos del Equipo de Ventas
- Ampliación
- Valoración del rendimiento de los vendedores
- Ampliación
- Puntuación de los vendedores
- Administración de ventas
- Principios fundamentales para una buena organización de ventas
- Control de la venta

- Análisis de la clientela
- Ampliación
- Tamaño y disposición concurrencial. Tamaño absoluto de la clientela
- Actividad
- Fidelidad de la clientela
- Beneficios y rentas
- Ampliación
- Parque de clientes. Valoración genérica y específica
- Ampliación
- Estrategias conforme a la clientela
- El concepto de misión y objetivos
- Ampliación
- El concepto de misión y objetivos
- Cualidades de todo objetivo
- Métodos para alcanzar los objetivos
- ANEXO: Decisiones estratégicas de la venta activa
- Decisiones estratégicas en la venta activa
- Fuerza de ventas
- Plan de incentivos
- Ampliación
- Cálculo del tamaño del equipo comercial
- Ejemplo
- Decisiones estratégicas de la división de ventas
- Ampliación
- Tipos de estructura de la dirección de ventas
- Tipos de estructura de la dirección de ventas
- Preventa y postventa

- Actividad
- El plan de marketing
- Ejemplo
- El plan de marketing
- Definición del plan de marketing
- Contenido del plan de marketing
- Contenido del plan de marketing
- Contenido del plan de marketing
- Definición del plan de marketing
- Ejemplo
- Normas básicas para la elaboración de un plan
- Autopráctica
- Actividad
- Test
- **2. 02 PLANIFICACION Y ORGANIZACION DE LA ACCION COMERCIAL – COMPLETO**
 - 02 PLANIFICACION Y ORGANIZACION DE LA ACCION COMERCIAL – COMPLETO
 - Actividad
 - La Planificación Comercial
 - La Planificación Comercial
 - Determinar los Objetivos Comerciales
 - Análisis del Mercado
 - Métodos de Predicción de Venta
 - Segmentación de Clientes
 - Segmentación de Clientes
 - Plan de Acción Comercial. Planteamientos iniciales
 - Plan de Acción Comercial

- Plan de Acción Comercial
- Plan de Acción Comercial
- Fuentes de Captación de Clientes
- Fuentes de Captación de Clientes
- Argumentario de Ventas
- Preparación de la Visita Comercial
- Herramientas de Control y Medición de la Planificación Comercial
- Recordemos que...
- Actividad II
- Documentación
- Test final
- **3. 03 LA CAPACITACIÓN INTERNA DE VENDEDORES**
 - 03 LA CAPACITACIÓN INTERNA DE VENDEDORES
 - Introduccion
 - Pagina
 - Pagina

- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Actividad
- Pagina
- El manual de ventas
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- El manual de entrenamiento
- Las ayudas de ventas
- El manual de ventas
- Pagina
- Los controles del aprendizaje
- Pagina
- Pagina
- El cuestionario inicial
- Pagina
- Los informes
- Pagina
- Actividad
- Textos de lectura
- Pagina
- Pagina
- Descripción de productos
- Pagina
- Pagina

- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Desarrollo del entrenamiento inicial
- Pagina

- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- ¿Lo toma o lo deja?
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Objetivos
- Pagina
- Preparación
- Pagina
- Duración
- Primer día
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Actividad
- Primera noche
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina

- Pagina
- Segunda noche
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- ¿Lo toma o lo deja?
- Pagina
- Objetivo
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Autopreparación
- Pagina
- Duración
- Primer día
- Pagina

- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Primera noche
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Segundo día
- Pagina

- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Segunda noche
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Tercer día
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Resumen
- Pagina

- Objetivo
- Contenido
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Autopreparación
- Duración y responsabilidad
- Primer día
- Pagina
- Primera noche
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Segundo día
- Pagina
- Pagina
- Segunda noche
- Pagina

- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Tercer día
- Pagina
- Pagina
- Resumen
- Pagina
- Objetivo
- Pagina
- Contenido
- Pagina
- Autopreparación
- Duración y responsabilidad
- Primer día
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina

- Primera noche
- Pagina
- Segundo día
- Pagina
- Resumen
- Pagina
- Por que?
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- Pagina
- ¿Cuándo?
- Pagina
- Pagina
- ¿Quién?

- Pagina
- ¿Cómo?
- Pagina
- Puntos críticos
- Pagina
- Pagina
- Aspectos especiales a desarrollar
- Pagina
- Pagina
- **4. 04 PROACTIVIDAD COMERCIAL**
 - 04 PROACTIVIDAD COMERCIAL
 - Actividad I
 - La importancia de ser proactivo
 - El esfuerzo continuado
 - La orientación al cliente
 - La imagen que transmitimos al cliente

- Planificación y optimización de recursos
- 10 puntos para ser proactivo (I)
- 10 puntos para ser proactivo (II)
- Video La satisfacción de los clientes
- Actividad II
- Documentación
- Test final
- **5. 05 PROCESO COMERCIAL- CONVERTIR OPORTUNIDADES EN NECESIDADES**
 - 05 PROCESO COMERCIAL- CONVERTIR OPORTUNIDADES EN NECESIDADES
 - El proceso comercial y la detección de oportunidades
 - Proceso de asesoramiento comercial a clientes
 - Atención de las necesidades del cliente
 - Atención de las necesidades del cliente
 - Incrementar el valor de los clientes actuales
 - La venta cruzada
 - Beneficios de la venta cruzada
 - Cómo enfocar la venta cruzada
 - Actividad Rol play
 - Documentación
 - Test
- **6. 06 ATENCION Y GESTION TELEFONICA**
 - 06 ATENCION Y GESTION TELEFONICA
 - Actividad I
 - La imagen a través del teléfono
 - La imagen a través del teléfono (II)
 - Elementos que intervienen en la comunicación telefónica
 - Elementos que intervienen en la comunicación telefónica (II)
 - La entonación

- La articulación
- El lenguaje
- El lenguaje negativo
- El lenguaje positivo
- Actividad II
- La escucha activa
- La escucha activa (II)
- Actitudes al Teléfono
- Actitudes al Teléfono (II)
- Actitud No defensiva
- Reglas básicas de recepción de llamadas
- Fases de la recepción
- Acogida
- Descubrir necesidades
- Actividad III
- Descubrir necesidades (II)
- Acción
- Llamadas de petición de información
- Anunciamos actuación
- Actividad IV
- Tratamiento de reclamaciones
- Tratamiento de reclamaciones (II)
- Tratamiento de reclamaciones (III)
- Tratamiento de reclamaciones (IV)
- Tratamiento de reclamaciones (V)
- Documentación
- Test Final

• **7.07 ATENCIÓN AL CLIENTE**

- 07 ATENCIÓN AL CLIENTE
 - I.- La orientación al cliente
 - II.- La orientación al cliente
 - I.- La comunicación con el cliente
 - II.- La comunicación con el cliente
 - Escuchar al cliente
 - La importancia de la imagen
 - Evitar una imagen negativa
 - La expresión verbal
 - La calidad de la voz
 - I.- Comunicación no verbal
 - II.- Comunicación no verbal
 - III.- Comunicación no verbal
 - I.- La oficina o establecimiento, y el puesto de trabajo
 - II.- La oficina o establecimiento, y el puesto de trabajo
 - Cómo tratar a nuestros clientes según su actitud
 - El cliente que asiente o permanece en silencio
 - El cliente impulsivo y el cliente indeciso
 - El cliente que se da importancia y lo sabe todo
 - El cliente riguroso y minucioso
 - El cliente rudo y polémico
 - El cliente hablador
 - El cliente desconfiado y escéptico
 - I.- Tratamiento de quejas y reclamaciones
 - II.- Tratamiento de quejas y reclamaciones
 - III.- Tratamiento de quejas y reclamaciones

- IV.- Tratamiento de quejas y reclamaciones
- Actividad Roleplay
- Recomendaciones finales
- Documentación
- Test 1
- Test 2
- Test 3
- **8. 08 CONCERTACIÓN TELEFÓNICA DE VISITAS COMERCIALES**
 - 08 CONCERTACIÓN TELEFÓNICA DE VISITAS COMERCIALES
 - Actividad
 - La concertación telefónica de visitas comerciales
 - Preparación del contacto
 - Preparación del contacto II
 - Contacto y generación de la cita
 - Secuencia habitual de la llamada de concertación
 - Secuencia habitual de la llamada de concertación II
 - Dificultades frecuentes en la concertación
 - Objeciones más habituales
 - Objeciones más habituales II
 - Test
- **9. 09 LA ENTREVISTA COMERCIAL**
 - 09 LA ENTREVISTA COMERCIAL
 - La entrevista comercial y la comunicación
 - Estructura de la comunicación
 - Preparación de la entrevista comercial
 - La venta
 - Actividad "Comunicación no Verbal"
 - La comunicación no verbal

- La mirada
- Los gestos y posturas
- La voz
- Comunicación verbal: la primera impresión
- Recomendaciones para la presentación
- La detección de necesidades
- Actividad "Entrevista Comercial"
- Las preguntas
- La escucha activa
- Actividad "La Escucha Activa"
- La empatía
- Sintonía emocional
- Habilidades como emisores
- Habilidades como receptores
- Barreras en la comunicación
- Actividad – Venta Consultiva
- Documentación
- Test Final
- **10. 10 ARGUMENTOS COMERCIALES**
 - 10 ARGUMENTOS COMERCIALES
 - Actividad I
 - La argumentación comercial (I)
 - La argumentación comercial (II)
 - Proceso de creación de Argumentos Comerciales
 - Actividad II
 - Las características del producto o servicio
 - Las ventajas comerciales del producto o servicio

- Los beneficios del producto o servicio
- Secuencia de la argumentación: Apertura
- Secuencia de la Argumentación: Desarrollo
- Secuencia de la Argumentación: Demostración
- Actividad III
- Secuencia de la Argumentación: Presentación de Beneficios
- Secuencia de la Argumentación: Presentación de Beneficios (II)
- Recomendaciones para la argumentación comercial
- Actividad IV
- Documentación
- Test final
- **11. 11 TRATAMIENTO DE OBJECIONES**
 - 11 TRATAMIENTO DE OBJECIONES
 - Introducción
 - Rol play 1: Tratamiento de Objeciones
 - ¿Qué debemos hacer cuando un cliente nos plantea una objeción?
 - Pautas de conducta
 - Tipos de objeciones
 - Tipos de objeciones (II)
 - Técnicas para rebatir objeciones
 - Técnicas para rebatir objeciones (II)
 - Técnicas para rebatir objeciones (III)
 - Reglas de Oro en el Tratamiento de Objeciones
 - Rol play 2: Detectando si la objeción es Verdadera o Falsa
 - Rol play 3: Rebatiendo Objeciones
 - Rol play 4: Rebatiendo la objeción sobre el precio
 - Rol play 5: Anticipando objeciones

- Documentación
- Test Final
- **12. 12 EL CIERRE DE VENTA**
 - 12 EL CIERRE DE VENTA
 - Actividad Rol play I
 - El cierre de venta
 - Fases en el proceso de cierre de la venta
 - Señales de compra
 - Algunos tipos de señales de interés
 - Algunos tipos de señales de interés (II)
 - Requisitos para el cierre de venta
 - Técnicas de cierre (I)
 - Técnicas de cierre (II)
 - Rol play – Técnicas de Cierre
 - Recordemos que...
 - Después del cierre
 - Actividad Rol play II
 - Documentación
 - Test Final
- **13. 13 FIDELIZACION Y SEGUIMIENTO DEL CLIENTE**
 - 13 FIDELIZACION Y SEGUIMIENTO DEL CLIENTE
 - Concepto de fidelización de clientes
 - Actividad Rol Play I
 - Gestión de clientes
 - Vinculación de clientes
 - Ventajas de la fidelización
 - Ventajas de la fidelización II
 - Factores de fidelización

- Factores de fidelización II
- Factores de fidelización III
- Factores de fidelización IV
- Factores de fidelización V
- Factores de fidelización VI
- Factores de fidelización VII
- Actividad Rol Play II
- Documentación
- Test final
- **14. 14 LIDERAZGO Y DIRECCIÓN DE PERSONAS**
 - 14 LIDERAZGO Y DIRECCIÓN DE PERSONAS
 - ¿Qué es el liderazgo?
 - Jerarquías formales e informales
 - El líder y sus seguidores
 - Actividad – El Liderazgo de Michael Jordan
 - Estilos de liderazgo
 - Estilos de liderazgo (II)
 - Estilos de liderazgo (III)
 - Liderazgo transaccional
 - Liderazgo transformador
 - Liderazgo trascendente
 - Actividad – Estilos de Liderazgo
 - Caso práctico 1
 - La misión empresarial
 - La misión empresarial (II)
 - Características del líder
 - Competencias del líder

- Claves del éxito
 - Claves del éxito(II)
 - Los 3 pilares fundamentales del liderazgo (I)
 - Los 3 pilares fundamentales del liderazgo (II)
 - Los 3 pilares fundamentales del liderazgo (III)
 - Actividad – Dirección de Equipos
 - El Liderazgo Emocional
 - El liderazgo Emocional (II)
 - El liderazgo Emocional (III)
 - Gestión de las Emociones del Equipo
 - Los Estados de Ánimo de una Organización
 - Actividad 1 – Liderazgo Emocional
 - Autocontrol Emocional
 - Autocontrol Emocional (I)
 - Autocontrol Emocional (II)
 - Autocontrol Emocional (III)
 - Autocontrol Emocional (IV)
 - Caso práctico 2
 - El Líder Coach (I)
 - El Líder Coach (II)
 - El Líder Coach (III)
 - Actividad Deportista – Xesco Espar
 - Ampliación: Las 3 Dimensiones del Líder
 - Conclusión
 - Documentación
 - Test Final
- **15. 15 MOTIVACIÓN Y AUTOMOTIVACIÓN**

- 15 MOTIVACIÓN Y AUTOMOTIVACIÓN
- Actividad Rol play Motivacion Colaboradores
- La motivación
- Incentivos positivos y negativos
- Incentivos proporcionales
- Personalizar objetivos positivos
- Combinar incentivos
- Incentivos y gestión de recursos
- Motivación intrínseca (I)
- Motivación intrínseca (II)
- Motivación y liderazgo
- Actividad Rol play Automotivación
- Fijación de objetivos motivadores
- Motivación y nivel de activación
- Factores de automotivación
- Estimulando nuestra motivación
- Automotivación y objetivos
- Fijación de metas personales
- Actividad Virgin
- Estado de flujo
- Alcanzando el estado de flujo
- Actividad Bonus
- Conclusiones
- Actividad Rol play David Meca
- Caso Práctico
- Documentación
- Test Final

• 16. 16 TRABAJO EN EQUIPO

- 16 TRABAJO EN EQUIPO
- El Trabajo en Equipo
- ¿Qué caracteriza a un equipo de trabajo?
- ¿Cuándo no funciona un equipo?
- Conclusión – En qué consiste realmente el trabajo en Equipo
- Actividad Rol Play: Cuando un equipo no funciona
- La dirección de equipos
- La Cohesión del Equipo
- La Cohesión del Equipo II
- Características de un equipo bien cohesionado
- Conclusión – La cohesión de un equipo
- La conflictividad y falta de cohesión de un equipo
- El compromiso común
- Conclusión – La conflictividad y falta de cohesión de un equipo
- I. Fomentar la cohesión del equipo
- II. Fomentar la cohesión del equipo
- III. Fomentar la cohesión del equipo
- Fomentar el Sentido de Identidad del Equipo
- Conclusión – Cómo fomentar la cohesión del equipo
- Actividad – Gestión de Equipos
- Definir claramente las metas
- Dirección de equipos: definir las metas
- Dirección de equipos: definir las metas (II)
- Conclusión – Definir claramente las metas en el trabajo en equipo
- Las normas sociales y el equipo
- Prevenir los comportamientos excesivamente individualistas

- Conclusión – Las normas sociales y el equipo
- Confianza y riesgos compartidos I
- Confianza y riesgos compartidos II
- Cómo se consigue trabajar en equipo
- Conclusión – Como crear un ambiente de confianza y colaboración en el equipo
- Actividad del Deportista
- Los equipos EEE
- Los equipos EEE (II)
- El desarrollo personal de las habilidades de integración
- Conclusión – Los Equipos EEE
- Ampliación: Actividad alrededor de la cual se conforman los grandes equipos
- Test final
- **17. 17 DIRECCIÓN DE REUNIONES EFICACES**
 - 17 DIRECCIÓN DE REUNIONES EFICACES
 - Actividad 1 – Rol Play
 - Utilidad de las reuniones de trabajo
 - Utilidad de las reuniones de trabajo(II)
 - Motivos de ineficacia
 - Criterios para convocar y mantener reuniones de trabajo
 - Criterios para convocar y mantener reuniones de trabajo(II)
 - Criterios para convocar y mantener reuniones de trabajo(III)
 - Antes de la reunión
 - Fase de la preparación
 - Inicio de la reunión
 - Desarrollo de la reunión
 - Estrategias de la conducción
 - Finalización de la reunión

- La dirección de reuniones
- Decisiones
- Decisiones por consenso
- Decisiones por votación
- Actividad 2 – Role Play
- Técnicas que debe dominar el conductor
- Técnicas que debe dominar el conductor(II)
- Dificultades más frecuentes en las reuniones
- Conclusiones
- Actividad 3: Las Reuniones de Motivación
- Documentación
- Test Final
- **18. 18 GESTIÓN EFICAZ DEL TIEMPO**
 - 18 GESTIÓN EFICAZ DEL TIEMPO
 - Actividad Ladrones del Tiempo
 - Gestión del tiempo
 - Actividad Rol Play
 - Gestión del tiempo II
 - Gestión inadecuada del tiempo
 - Gestión adecuada del tiempo
 - Planificación
 - El éxito en la gestión del tiempo
 - Planificación del tiempo
 - Planificación del tiempo II
 - Principios de Planificación – Introducción
 - Principio de análisis de empleo del tiempo
 - Principio de planificación diario

- Principio de priorización por importancia
- Principio de priorización por importancia II
- Principio de Flexibilidad
- Organización y gestión del tiempo
- Actividad
- Actividad
- Actividad
- Principios de Organización
- Caso práctico 1
- Principio de minimización del trabajo de rutina
- Principio de delegación
- Principio de agrupamiento de actividades
- Principio de agrupamiento de actividades II
- Principio de control de interrupciones
- Principio de control de interrupciones II
- Gestionar por prioridades
- Matriz de importancia-urgencia
- Matriz de importancia-urgencia II
- La agenda de actividades
- Claves de la Planificación y Programación de la Agenda
- Claves de la Planificación y Programación de la Agenda II
- Claves de la Planificación y Programación de la Agenda III
- Actividad del Deportista
- Decálogo del uso del tiempo
- Actividad Rol Play 2
- Caso práctico 2
- Introducción

- Funciones de Outlook 2007
- Crear contactos
- Detalles
- Autopráctica – Crear contacto
- Autopráctica – Añadir contacto
- Simulación – Añadir contacto
- Tarjetas de presentación
- Simulación – Tarjetas de presentación
- Listas de distribución
- Simulación – Crear listas de distribución
- Vistas de los contactos
- Organizar contactos
- Simulación – Uso de categorías
- Calendario
- Simulación – Calendario
- Programar citas
- Simulación – Programar citas
- Programar citas periódicas
- Autopráctica – Planificar una cita y una cita periódica
- Simulación – Planificar una cita periódica
- Gestionar citas
- Calendario múltiple
- Convocar reuniones
- Simulación – Calendario múltiple
- Autopráctica – calendario y citas
- Documentación
- Test Final

• **19. 19 GESTIÓN DEL ESTRÉS Y DE LA ENERGÍA PERSONAL**

- 19 GESTIÓN DEL ESTRÉS Y DE LA ENERGÍA PERSONAL
- Presentación
- Actividad Me siento bien
- Definición
- Historia
- Historia (II)
- Problema
- Causas
- Nivel de Activación
- Conocimiento del Nivel de Activación
- Manifestación de la Activación
- Evaluación de la Activación
- Manifestación de la Activación (II)
- Manifestación de la Activación (III)
- Actividad Caso Práctico David Beckham
- Resumen
- Establecimiento de Objetivos
- Establecimiento de Objetivos (II)
- Clasificación de Objetivos- Resultado
- Objetivos de Realización
- Objetivos de Realización (II)
- Objetivos de Realización (III)
- Objetivos de Largo Plazo
- Objetivos Intermedios
- Objetivos a Corto Plazo
- Objetivos Colectivos e Individuales

- Planes de Enfoque
- Control de la Atención
- Control de la Atención II
- Control de la Atención III
- Actividad Importancia Mental
- Dimensiones o enfoques atencionales – Esquema
- Aprender a Enfocar
- Observar y analizar la situación
- Atender con intensidad y cantidad apropiada
- Pensar de Forma Correcta
- Reconstrucción cognitiva del Pensamiento
- Reconstrucción Cognitiva del Pensamiento (II)
- Tipos de Deformaciones del Pensamiento (I)
- Tipos de Deformaciones del Pensamiento (II)
- Tipos de Deformaciones del Pensamiento (III)
- Tipos de Deformaciones del Pensamiento (IV)
- Tipos de Deformaciones del Pensamiento (V)
- Tipos de Deformaciones del Pensamiento (VI)
- Técnicas para Manejar Situaciones de Adversidad
- Autopráctica en Imaginación o Visualización
- Autopráctica en Imaginación o Visualización (II)
- Estrategias Físicas para Prevenir el Estrés
- Respiración
- Relajación
- Los Estiramientos Corporales
- Recapitulación
- Actividad Situaciones Adversas

- Actividad Deportista
- Documentación
- Test Final