



**Seminario Intensivo:  
Dirección Estratégica de la Gerencia de Ventas**

# Objetivo General:

Brindar a los participantes las principales habilidades, estrategias, técnicas y competencias del Gerente Actual de ventas basado en enfoque estratégico y metodología para la dirección de equipos de venta.

## Duración:

5 Módulos 5 Sesiones.

## Dirigido:

Directores, Gerentes, Supervisores y Coordinadores del área de Ventas y Comercial.

## Validez Curricular STPS

CLAVE CCM 0902036E3 -0012

## Principales Competencias a Desarrollar:

Liderazgo

Supervisión de Vendedores

Planeación de Ventas

Control de Ventas

Análisis de Mercado

Diseño de Estrategias

Coaching de Ventas



# Objetivos Específicos:

- a. Conocerá las principales funciones y competencias actuales de la Gerencia de Ventas.
- b. Identificará las principales Estrategias e Indicadores de Ventas para el desarrollo de la fuerza de Ventas.
- c. Diseñará Estrategias de Comerciales de Venta con base a la estrategia de negocio, producto y mercado Meta.
- d. Comprenderá los factores y estrategias que integran el desarrollo de un Equipo de Ventas bajo el enfoque de Alto Desempeño.
- e. Evaluará al Vendedor con base a elementos cuantitativos y cualitativos para mejora del Desempeño.
- f. Conocerá los elementos que integran el Liderazgo en el desarrollo de Equipo de Ventas.



# Temario:

## Módulo I.-Competencias Gerencia Actual de Venta

- 1.- Enfoque Actual Gerentes de venta
- 2.- Principales Habilidades
- 3.- Competencias Gerenciales
- 4.- Enfoque Comercial de Ventas
- 5.- Planeación Estratégica de ventas
- 6.- Pronóstico de Ventas
- 7.- Clasificación
- 8.- Elementos
- 9.- Presupuesto de Ventas
- 10.- Elementos
- 11.- Integración de Información
- 12.- Indicadores de Ventas
- 13.- Principales Indicadores de Productividad
- 14.- Análisis y Seguimiento
- 15.- Cuotas de Ventas
- 16.- Integración
- 17.- Tipos de Cuotas
- 18.- Supervisión de Ventas
- 19.- Factores de Supervisión
- 20.- Planeación de Territorios de Ventas
- 21.- Elementos
- 22.- Rutas de Ventas
- 23.- Diseño y planeación

# Temario:

## Módulo II.- Plan de Marketing y Ventas

- 1.- Clasificación Marketing , Ventas y Publicidad
- 2.- Análisis de Mercado
- 3.- Perfil Cliente
- 4.- Mercado Meta
- 5.- Segmentación
- 6.- Tipos de Segmentación
- 7.- Plan de Marketing
- 8.- Estrategia de Diseño
- 9.- Elementos
- 10.- Marketing Mix 4 P
- 11.- Estructura
- 12.- Ciclo de Vida del Producto
- 13.- Fases e Indicadores
- 14.- Estrategias de cada Etapa
- 15.- Administración de Clientes CRM
- 16.- Objetivos del CRM
- 17.- Elementos
- 18.- Implementación del CRM
- 19.- Funciones del CRM
- 20.- Marketing Digital
- 21.- Concepto
- 22.- Beneficios
- 23.- Etapas del Marketing Digital
- 24.- Factores de Marketing Digital
- 25.- Diseño de Estrategia
- 26.- Inteligencia de Mercados
- 27.- Concepto y objetivos
- 28.- Metodología de Diseño
- 29.- Las 5 C de las Inteligencia de Mercados

# Temario:

## Módulo III.-Diseño de Estrategias Comerciales

- 1.- Estrategia Comercial
- 2.- Elementos
- 3.- Tipos de Estrategias
- 4.- Etapas para Diseño de Estrategias
- 5.- Indicadores de Evaluación de Estrategias
- 6.- Diseño y Evaluación de Estrategias Comerciales
- 7.- Análisis FODA
- 8.- Estrategias Ofensivas, Defensiva, Adaptativas y Supervivencia
- 9.- Metodología de Implementación
- 10.- Estrategias de Negocio
- 11.- Estrategias de Diferenciación, Costos y Segmentación
- 12.- Elementos y aplicación en Ventas
- 13.- Estrategia de Diversificación
- 14.- Aplicación en el área Comercial
- 15.- Implementación de Estrategias
- 16.- Marketing Mix Matriz 4 P
- 17.- Estrategias de Contención, Retirada y Recolección
- 18.- Elementos y aplicación en ventas
- 19.- Estrategias de las 4 P de Marketing
- 20.- Canales de Ventas
- 21.- 30 Principales Estrategias
- 22.- Atracción de Clientes
- 23.- Retención de Clientes y Fidelización
- 24.- Tipos de Canales
- 25.- Estrategia de Diseño de Canal
- 26.- Metodología de diseño
- 27.- Aplicación en la Comercialización y Venta del Producto

# Temario:

## Módulo IV.-Entrenamiento y Desarrollo de Vendedores

- 1.- Tipos de Vendedores
- 2.- Características
- 3.- Reclutamiento y Selección
- 4.- Motivación y Desarrollo de Vendedores
- 5.- Entrenamiento Técnico
- 6.- Desarrollo de Competencias del Vendedor
- 7.- Compensación e Incentivos
- 8.- Evaluación de Desempeño
- 9.- Formatos de Evaluación Cualitativa
- 10.- Formatos de Evaluación Cuantitativa
- 11.- Coaching de Ventas
- 12.- Enfoque en Ventas
- 13.- Aplicación
- 14.- Metodología
- 15.- Enfoque en Desarrollo de Talento
- 16.- Retroalimentación Individual y Equipo
- 17.- Plan de Seguimiento
- 18.- Desarrollando Equipos de Venta
- 19.- Etapas de Equipos
- 20.- Estrategias para Desarrollar Equipo de Ventas Alto Desempeño
- 21.- Manejo de Conflictos

## Modulo V.-Liderazgo en Ventas

- 1.- Enfoque de Ventas
- 2.- Competencias del Líder de Ventas
- 3.- Niveles de Liderazgo
- 4.- Comunicación por Resultados
- 5.- Auto-evaluación
- 6.- Liderazgo Situacional
- 7.- Aplicación del Modelo en Fuerza de Ventas
- 8.- Aplicación
- 9.- Plan de Evaluación y Seguimiento

# Metodología:

El Seminario sustenta una base sólida de teoría con la aplicación de casos prácticos, simulaciones y ejercicios vivenciales que le permiten al participante enriquecer su aprendizaje significativo.

- Se apoya el curso con una serie de material audiovisual para focalizar la práctica de los temas así como actividades en pequeños grupos.





# Aplicación en la Sesión:

- Ejercicios Estructurados en relación al tema impartido.
- Dinámicas vivenciales y participativas.
- Aplicación del Método del Caso.
- Evaluación técnica y teórica del tema
- Análisis de Casos y aplicación de Rol Play
- Lecturas Dirigidas y tópicos del tema
- Analisis de Casos Reales
- Aprendizaje Acelerado



## **Sedes:**

**Monterrey**

**Guadalajara**

**León**

**Puebla**

**Querétaro**

**Cd de México**

**Toluca**

**Mérida**

**Cancún**

**Aguascalientes**

**San Luis Potosi**

**Tijuana**