

DETERMINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS



SKU: CT0265

Horas: 15

CONTENIDO

1. Definición y conceptos clave.
 - 1.1 Concepto de la fuerza de ventas.
 - 1.2 Tipos de organización comercial.
 - 1.3 El territorio de ventas y los objetivos de ventas.
2. Establecimiento de los objetivos de venta.
 - 2.1. Número de clientes y fuerza de ventas.
 - 2.2. Red de venta externa e interna.
3. Predicción de los objetivos de ventas.
 - 3.1. La importancia de la predicción de ventas.
 - 3.2. Supuestos sobre el potencial de mercado.
 - 3.3. Métodos de predicción de ventas.
 - 3.4. Procedimientos de estimación de cuotas.
 - 3.5. Cuotas de ventas individuales y colectivas.
 - 3.6. Los presupuestos de ventas.
4. El sistema de dirección por objetivos.
 - 4.1. Ventajas y desventajas del sistema de dirección por objetivos.
 - 4.2. La medida de su consecución.
 - 4.3. Variables y Parámetros de control.
 - 4.4. Objetivos del vendedor.
 - 4.5. Objetivos del gerente de ventas.
 - 4.6. Prevención de problemas.