

## OBJETIVOS

- Aportar a los asistentes una visión global de la gestión de equipos comerciales trabajando las diferentes estrategias empresariales que afectan al área.
- Identificar y analizar las herramientas de que dispone el mando comercial, orientadas a desarrollar profesionalmente a su equipo de ventas, al objeto de conseguir un equipo comercial de alto rendimiento.
- Facilitar a los asistentes una visión integrada de los instrumentos clave económico-financieros imprescindibles para el análisis, control de las actividades y resultados de la gestión comercial.
- Trabajar con los asistentes las diferentes técnicas y herramientas que les permita elaborar un plan de ventas.
- Potenciar su rol directivo en la organización comercial.

## DIRIGIDO A

Gestores y responsables comerciales con alto potencial que desarrollen su actividad en:

- La gestión en un territorio, zona o región.
- La gestión de canales directos o indirectos.
- La gestión de clientes en mercados de consumo, servicios o industriales.
- La gestión de grandes cuentas, PYMES o mercados residenciales.
- La gestión de servicios post-venta.

## METODOLOGÍA

El enfoque de este programa es eminentemente teórico-práctico, con una finalidad última, que sería la de aplicar las técnicas y habilidades de manera inmediata en el ámbito profesional de los participantes. Por ello, se da un importante peso específico al componente práctico, como vehículo fundamental de fijación conceptual. En el desarrollo del seminario se combinarán las siguientes metodologías de trabajo:

- Exposición del Ponente: Diálogo con participación activa que permita el intercambio de experiencias.
- Casos y ejercicios prácticos individuales y en grupo: Se provocará la constante participación de los asistentes buscando el enriquecimiento sobre su aplicación y la posterior crítica a nivel de grupo; es de destacar que los casos serán dimensionados una vez realizado el diagnóstico con el fin de adaptarlos al máximo a la situación observada y a los casos personales en el puesto de trabajo.
- Autodiagnóstico y Autoevaluación: con el fin de desarrollar técnicas y herramientas de trabajo.



# PROGRAMA

90 horas de duración

### 1. Estrategia de empresa y estrategias comerciales (10 horas)

- Estrategias empresariales y comerciales: posicionamiento y estrategias sostenidas.
- Análisis de los mercados y segmentación.
- La estructura comercial como respuesta a los mercados.
- Los elementos claves de la función de ventas: distribución, clientes, precios y segmentación.

### 2. El departamento comercial como aportador de margen (10 horas)

- Introducción a los estados financieros: balance y cuenta de resultados.
- Las variaciones patrimoniales y la actividad de la empresa.
- La rentabilidad de las operaciones comerciales.
- El impacto de las condiciones de la negociación.
- Costes, precios y rentabilidad.
- La gestión de operaciones comerciales con inversión en clientes.
- Las cuotas de venta y su fijación.

### 3. Las habilidades del gestor de equipos comerciales (20 horas)

- El trabajo en equipo como generador de sinergias en el ámbito comercial: gestión de reuniones del equipo comercial.
- La utilización de los recursos personales, audiovisuales y espa-

ciales para realizar una presentación efectiva.

- Técnicas eficaces para negociar con éxito.

### 4. La relación con el cliente a largo plazo: Fidelización y CRM (10 horas)

- Gestión de clientes: características sectoriales.
- Gestión y fidelización de clientes.
- Herramientas para la gestión de los clientes directos.
- Sistemas de explotación de la información y la planificación.
- Estrategias de Marketing Relacional y modelos CRM.

### 5. La planificación de las ventas (10 horas)

- Plan de empresa, plan de marketing y plan de ventas.
- Análisis y descripción de la situación.
- Establecimiento de objetivos.
- Estrategia de medios y valoración económica.
- Programas y presupuestos detallados.
- Sistemas de información y control.

### 6. Métodos cuantitativos y cualitativos de previsión de ventas (10 horas)

- Los métodos de previsión y su utilidad.
- Análisis de canales de distribución, zonas de ventas, productos y clientes.
- Coherencia de objetivos empresariales, comerciales y de venta.
- Objetivos de venta y participación.

### 7. Pautas eficaces para la gestión de equipos comerciales (20 horas)

- Planificar la red de ventas actual y a medio plazo.
- Dirigir equipos de ventas: las funciones y los puestos.
- Reclutamiento y selección.
- Sistemas de motivación.
- Sistemas de retribución.
- La madurez del equipo de ventas.
- Evaluación y seguimiento.

**Ignacio Temiño Aguirre (módulos 1 y 5)**

Licenciado en CC. EE. por la Universidad Complutense de Madrid. Doctor en CC. EE. por Universidad Rey Juan Carlos I de Madrid. Programa de Dirección General IESE. Programa de Desarrollo Directivo (PDD). INSEAD - EUROFORUM. Consultor formador del área ESIC EXECUTIVE EDUCATION. Ha sido, entre otros, BANCO SANTANDER, Asesor de Negocio Hipotecario para Latinoamérica. BBVA, Directivo. GRUPO EUROPEAN STATES, Director General. AFINA (GRUPO BCL), Consejero Delegado. CAJA POSTAL, Subdirector General. BANCO HIPOTECARIO DE ESPAÑA, Subdirector General. BANCO HIPOTECARIO DE ESPAÑA, Director de Sucursales.

**Francisco Duato (módulo 2)**

Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Valencia. Programa de Desarrollo Directivo (PDD) por IESE. Universidad de Navarra. Diplomado en Estudios Avanzados (DEA) en Economía. Programa de Doctorado del Departamento de Contabilidad de la Universidad de Valencia. ESIC EXECUTIVE EDUCATION. Consultor-formador. Socio Director de M&I Advisers (Outsourcing en dirección financiera) y Capital Partner de ONE to ONE Capital Partners (asesoramiento en fusiones y adquisiciones). CV Capital (Sociedad Holding del Grupo Astroc Mediterráneo): Director de Administración. Grupo Mondragón. Director Financiero Unidad de Negocio Agua. Grupo Silomar. Director Financiero. EXECUTIVE MBA, MBA FULL TIME, MASTER EN DIRECCIÓN FINANCIERA (MDF), SILIKEN, VISTALIA, CEEI VALENCIA, etc. Ponente sobre distintos temas relacionados con la gestión financiera en el Congreso Nacional de Finanzas y Congreso Nacional de PYMES. Artículos publicados en la Revista Manager Business Magazine y suplemento dominical de economía del diario Levante sobre temas relacionados con la dirección financiera y las finanzas corporativas.

**Javier González Galán (módulo 3)**

Licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC. Analista Económico Financiero por ESITE. Graduado en Comunicación Eficaz, Relaciones Humanas y en Venta Eficaz por FDC (Dale Carnegie). Certificado en Coaching por la Escuela Tavistock (Londres). Master en Psicoterapia por el Instituto Europeo. Ha sido entre otros, OVERLAP (Latinoamérica y España), Responsable de Proyectos y Consultor. SERVITEMP (Grupo Empresarial), Director Comercial ESITE, Instructor de Análisis Económico Financiero. R.A.C.E., Gerente de la Región de Murcia. DALE CARNEGIE, Graduado asistente en Relaciones Humanas y Comunicación Eficaz. BANCO SABADELL, Adjunto a Dirección.

**Jesús Ferradás González (módulo 4)**

Programa de Formación Superior en Trade Marketing. Centro Superior de Marketing de Madrid (CESMA). Master en Marketing Operativo, en Ralston Purina, en St. Louis (Missouri). Master en Marketing Estratégico, Universidad de St. Louis (Missouri). Ingeniero Técnico Agrícola, Universidad de Lugo. Ingeniero Agrónomo, Universidad de Lugo. Consultor-formador del área de EXECUTIVE EDUCATION de ESIC. Ha sido, entre otros, OPTIMER SYSTEM, Presidente. SAPROGAL - CONAGRA, Director de Franquicia, Pets (Central de negociación y laboratorio de zoonosarios). GALLINA BLANCA PURINA, Director General de Región (España). RALSTON PURINA. Auditor en el equipo internacional de Marketing para 32 países. GALLINA BLANCA PURINA, Director de Marketing. GALLINA BLANCA PURINA, Director de Ventas.

**Agustín Alonso Lobato (módulo 6)**

Licenciatura en Filosofía, UNED. Master In Science of Project Management, George Washington University. MBA, Instituto de Empresa. Licenciatura en Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. Consultor-formador del área de EXECUTIVE EDUCATION de ESIC. Ha sido, entre otros, DENITZ BROS, Consultor Senior. NCR CORPORATION, Gerente de Calidad y Six Sigma. NCR ESPAÑA, Gerente de Procesos y Sistemas para la Gestión de las Ventas. AT & T GIS, Gerente de Televenta. AT & T GIS, Gerente de Soporte de Marketing. IFEMA, FERIA DE MADRID, Responsable del área de Medios Audiovisuales. VISA ESPAÑA, Director de Operaciones Adjunto.

**Fernando Pierola Goicoechea (módulo 7)**

MBA, IESE. Diploma en Legislación Laboral y Seguridad Social, CEF. MBA in Company (Zurich España), ESADE. Master en Dirección de Recursos Humanos, ICADE. Licenciatura en Psicología, Universidad de Salamanca. Consultor-formador del área de EXECUTIVE EDUCATION de ESIC. CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE SALAMANCA, Director General. P & M CONSULTORES, Socio Director. HACHETTE FILIPACCHI. Director de RR.HH. CAUDAL SEGUROS - GRUPO ZURICH, Director de RR.HH.



C/ Aragón, 215, 1ª planta. 07008 Palma de Mallorca.  
Tel.: 971 70 60 08 Fax: 971 47 17 38 - www.bsef.es - form@bsef.es



III PROGRAMA AVANZADO  
DE DIRECCIÓN  
DE VENTAS  
[PADV]

Palma de Mallorca  
Del viernes 12 de febrero de 2010 al sábado 24 de  
abril de 2010



BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

