



ALTA GESTIÓN

E s c u e l a d e N e g o c i o s

.....perfeccionamiento gerencial de alta performance

DIRECCION DE VENTAS
"Un enfoque diferente"

DIRECCION DE VENTAS "Un enfoque diferente"

OBJETIVOS GENERALES

- Brindar herramientas (Tableros de Mando) para gestionar estratégicamente el departamento de ventas
- Incorporar la metodología del Proceso de Compra en 5 pasos para comprender el comportamiento de sus clientes (actitudes, cambios, exigencias, reacciones)
- Ponerle en posición de vanguardia para la correcta selección de los perfiles del equipo de ventas, que le mejoren el rendimiento de la atención de sus clientes

OBJETIVOS ESPECIFICOS

¿Cómo es la nueva gestión del departamento de ventas?

ü Los procesos para formular un plan estratégico de ventas

ü ¿Cómo abordar al nuevo consumidor?

ü La clave del éxito: Identificar a los nuevos usuarios

ü ¿Cómo analizar las actitudes de los usuarios?

ü El posicionamiento del vendedor detrás de la marca

ü ¿Cómo gestionar perfiles de vendedores para abordar compradores?

ü Las diferentes alternativas para organizar el Departamento de Ventas ideal de su empresa

DIRIGIDO A

Programa práctico para Responsables del Área Comercial, de Ventas Marketing, Atención al Cliente y de Servicios, para incorporar una nueva forma de gestión, mediante Tableros de Mando (Asesoramiento puesto en Taller)

CONTENIDOS

La nueva Gestión de Ventas

- v Concepto de la gestión del Departamento de Ventas
- v Principios para la organización y conducción
- v Estructuras y funciones del área ventas
- v Tendencias
- v Supervisión

Procesos de un plan estratégico de ventas

- v Formulación de un programa estratégico de ventas:
- v Ambiente Externo
- v Ambiente Interno
- v Puesta en práctica del programa de ventas
- v Evaluación y control del rendimiento del personal de ventas
- v Análisis de Casos

El nuevo Consumidor

- v El proceso de compra (Metodología de los 5 Pasos)
- v Aplicaciones de la metodología a las diferentes situaciones de la empresa en su relación con los clientes
- v Segmentación - Diferenciación
- v La interrelación de la trilogía :
Necesidades – Beneficios buscados – Atributos Percibidos(Impulsores)
- v La ventaja competitiva “Las guías exclusivas de diferenciación”
- v Abordaje – estudio de preferencia de clientes con respecto a la empresa y la competencia
- v Posicionamiento de la Marca en la Cabeza de sus Clientes
- v El manejo del Tablero de Atributos
- v El manejo del Tablero de Perfiles de Consumidores
- v Posicionar la marca : “La relación entre los Tableros de Atributos – Perfiles Consumidores
- v Aplicar los Tableros para con sus Marcas y Perfiles de Consumidores

La gestión exitosa de los compradores

- v La gestión de perfiles de vendedores a través del Tablero de Mando
- v La gestión de perfiles de Consumidores por el Tablero de Mando de Impulsores de la conducta
- v Gestionar la correspondencia de ambos Tableros para crear el mapa de sintonía entre vendedores y consumidores

- v El Tablero de Mando que permita la gestión eficaz de los diferentes perfiles de su equipo de ventas
- v Aplicaciones de los Tableros de Mando a su equipo de ventas

Los Tableros de Mando para la administración de los Canales de Ventas

- v Formas alternativas de organizar los canales de ventas
- v Análisis de ventajas y desventajas
- v El simulador para medir la eficacia de sus canales de ventas
- v Correr el simulador para medir la eficacia de sus canales actuales y tomar las acciones de mejora

PARA MAS INFORMACION

VER VIDEO

[Dirección de Ventas](#)

DESCARGAR DEMO EN PPT

[Dirección de Ventas "Un enfoque diferente"](#)

(Clickear sobre el hipervínculo correspondiente)

FACULTY / CONSULTOR :



MBA "Ing. Mario R. Olsztyn"

Mario R. Olsztyn es Ingeniero Civil por la UDELAR del Uruguay, y MBA por la Universidad de Belgrano de Argentina . Director de [Ing. Mario R Olsztyn](#) , Consultora especializada en gestión on line en Cambio Organizacional, Gestión Estratégica y Branding (adoptado por la Unión de Exportadores del Uruguay). Autor de metodologías Innovadoras del Management Moderno (Organización Inteligente/SIPE/Branding on 4 Steps) Tiene más de 25 años de experiencia gerencial desarrollada en empresas tales como ESSO; Thompson Reuters; Citibank; Diners; Exprinter; ITT Hartford; Liberty Media; Creditel; Correos; Italcred; Universidad de la Empresa; etc.

DIAS Y HORARIOS

Días: 13 al 15 de Junio de 2011
Horario: 17:30 a 21:30 hs.
Lugar: CARMELITAS CENTER

INVERSION

U\$S 240 (Incluye matricula de inscripción, material de apoyo, certificados y coffee break) IVA INCLUIDO

Por ser con profesores internacionales los interesados deberán confirmar su participación con una semana de antelación al inicio del programa.

El Programa se realizará con una cantidad mínima de 15 participantes y podrá sufrir una modificación en su inicio de una semana a fin de completar la cantidad mínima de participantes.

Consulte descuentos por cantidad de participantes

LIMITE DE HASTA UNA CANTIDAD DE 35 PARTICIPANTES

CUPON DE INSCRIPCION

Por la presente solicito mi inscripción en el

PROGRAMA - DIRECCION Y TECNICAS DE VENTAS

Nombres:

Apellidos:

Fecha de nacimiento:

Dirección particular:

Teléfono particular:

Celular:

E-mail personal:

Profesión:

Empresa:

Cargo:

Actividad de la empresa:

Áreas de interés profesional:

Dirección laboral:

Teléfono laboral

Fax laboral

E- mail laboral

Facturar a nombre de:

La anulación de la inscripción deberá realizarse 72 horas antes del inicio del Programa e implicará un crédito para la realización de otro curso.

Enviar este cupón a la brevedad a: ALTA GESTION – ESCUELA DE NEGOCIOS

E-mail: altagestion@altagestion.com.py