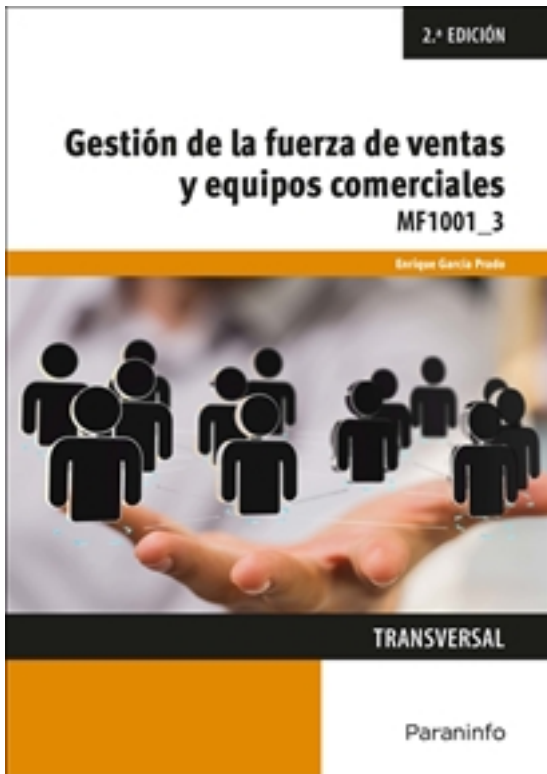


# Paraninfo

## MF1001\_3 - Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales



**Editorial:** Paraninfo

**Autor:** ENRIQUE GARCÍA PRADO

**Clasificación:** Certificados Profesionales > Comercio y Marketing

**Tamaño:** 17 x 24 cm.

**Páginas:** 274

**ISBN 13:** 9788428365277

**ISBN 10:** 842836527X

**Precio sin IVA:** 21,15 Eur

**Precio con IVA:** 22,00 Eur

**Fecha publicación:** 15/02/2024

### Sinopsis

Producir un bien o desarrollar un servicio de calidad que responda a las necesidades de los clientes, potenciales o reales, no es suficiente para garantizar el éxito de nuestra empresa: hay que saber ponerlo en su conocimiento de la forma correcta y más atractiva.

En esta edición actualizada aprenderemos a calcular y definir la fuerza de ventas y las características del equipo comercial, y a aplicar técnicas de organización y gestión a fin de alcanzar y mejorar nuestros objetivos; además, veremos cómo determinar estilos de mando y liderazgo aplicando métodos de evaluación y control en el desarrollo y ejecución de los planes de venta. Por último, definiremos estrategias de formación y reciclaje de equipos comerciales aplicando técnicas de negociación y resolución en distintas situaciones de conflicto. Cada capítulo se complementa con actividades prácticas y de autoevaluación, cuyas soluciones están disponibles en [www.paraninfo.es](http://www.paraninfo.es).

Los contenidos se corresponden fielmente con los del MF1001\_3 *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales*, transversal a los Certificados Profesionales

COMT0111 *Gestión comercial inmobiliaria* (RD 614/2013, de 2 de agosto) y COMT0411 *Gestión comercial de ventas* (RD 1694/2011, de 18 de noviembre).

**Enrique García Prado** trabaja como docente en el ámbito de la formación ocupacional y continua.

### Índice

#### 1. Determinación de la fuerza de ventas

- 1.1. Definición y conceptos clave
  - 1.1.1. Concepto de la fuerza de ventas
  - 1.1.2. El territorio de ventas y los objetivos de venta
- 1.2. Establecimiento de los objetivos de venta
  - 1.2.1. Número de clientes y fuerza de ventas
  - 1.2.2. Red de venta externa e interna
- 1.3. Predicción de los objetivos de ventas
  - 1.3.1. La importancia de la predicción de ventas
  - 1.3.2. Supuestos sobre el potencial de mercado
  - 1.3.3. Métodos de predicción de ventas
  - 1.3.4. Procedimientos de estimación de cuotas
  - 1.3.5. Cuotas de ventas individuales y colectivas
  - 1.3.6. Los presupuestos de ventas
- 1.4. El sistema de dirección por objetivos
  - 1.4.1. Ventajas y desventajas
  - 1.4.2. La medida de su consecución
  - 1.4.3. Variables y parámetros de control
  - 1.4.4. Objetivos del vendedor
  - 1.4.5. Objetivos del gerente de ventas
  - 1.4.6. Prevención de problemas

CUESTIONARIO

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

## **2. Reclutamiento y retribución de vendedores**

- 2.1. El reclutamiento del vendedor
  - 2.1.1. Perfiles del vendedor
  - 2.1.2. Fuentes de reclutamiento
  - 2.1.3. Captación de candidatos
- 2.2. El proceso de selección de vendedores
  - 2.2.1. La definición del puesto
  - 2.2.2. Entrevistas
  - 2.2.3. Pruebas de selección
  - 2.2.4. La decisión de contratar/rechazar
  - 2.2.5. El contrato de trabajo
- 2.3. Sistemas de retribución de vendedores
  - 2.3.1. La función de los planes de retribución
  - 2.3.2. Métodos de retribución y compensación
  - 2.3.3. Otras recompensas no monetarias
- 2.4. La acogida del vendedor en la empresa
  - 2.4.1. La sesión informativa inicial
  - 2.4.2. El manual de ventas de la organización
  - 2.4.3. La promoción de los vendedores

CUESTIONARIO

## ACTIVIDADES PRÁCTICAS

### **3. Liderazgo del equipo de ventas**

- 3.1. Dinamización y dirección de equipos comerciales
  - 3.1.1. La filosofía de dirección de la empresa
  - 3.1.2. Cultura empresarial
  - 3.1.3. El jefe del equipo y sus habilidades directivas
- 3.2. Estilos de mando y liderazgo
  - 3.2.1. Directivo
  - 3.2.2. Participativo
  - 3.2.3. Delegativo
  - 3.2.4. Transformacional
  - 3.2.5. Transaccional
- 3.3. Las funciones de un líder
  - 3.3.1. Crear y mantener motivado al equipo
  - 3.3.2. Comunicarse con él
  - 3.3.3. Motivar y liderar
  - 3.3.4. Formar y corregir
  - 3.3.5. Planificar y controlar
- 3.4. La motivación y reanimación del equipo comercial
  - 3.4.1. Definiciones
  - 3.4.2. Principales teorías de motivación
  - 3.4.3. Diagnóstico de factores motivacionales
  - 3.4.4. Un plan de motivación para vendedores
- 3.5. El líder como mentor
  - 3.5.1. El valor del ejemplo: habilidades y competencias del líder
  - 3.5.2. La comunicación con el equipo
  - 3.5.3. La prevención de conflictos

## CUESTIONARIO

## ACTIVIDADES PRÁCTICAS

### **4. Organización y control del equipo comercial**

- 4.1. Evaluación del desempeño comercial
  - 4.1.1. Conceptos básicos
  - 4.1.2. Métodos de evaluación del plan comercial
- 4.2. Las variables de control
  - 4.2.1. Las variables que miden el desempeño del equipo
  - 4.2.2. Las variables que miden el desempeño del vendedor
  - 4.2.3. El cuadro de mando del gerente de ventas
  - 4.2.4. Los ratios de rendimiento de cada vendedor y del equipo en su conjunto
- 4.3. Los parámetros de control
  - 4.3.1. Valores tipo exigibles en cada área de desempeño para las variables de control
  - 4.3.2. Representación gráfica de la evolución temporal de los resultados de control

#### 4.4. Los instrumentos de control

##### 4.4.1. Procesos y actividades

##### 4.4.2. Los documentos de control a cumplimentar por el vendedor

#### 4.5. Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial

##### 4.5.1. Los momentos de control posibles: diario, semanal, mensual, anual

##### 4.5.2. La evaluación del desempeño: de las actividades a realizar, de los documentos a entregar, de los logros a obtener y de su conducta social

##### 4.5.3. Análisis de las desviaciones del desempeño respecto de los valores previstos

##### 4.5.4. Decisiones a adoptar

#### 4.6. Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente

##### 4.6.1. Elaboración de informes de seguimiento de los objetivos del plan

##### 4.6.2. Decisiones de planeamiento

##### 4.6.3. Evaluación de los informes de venta

##### 4.6.4. Consecuencias de la evaluación

#### CUESTIONARIO

#### ACTIVIDADES PRÁCTICAS

### **5. Formación y habilidades del equipo de ventas**

#### 5.1. Necesidad de la formación del equipo

##### 5.1.1. Proceso de identificación de las necesidades de formación de la empresa

##### 5.1.2. Objetivos de la formación

#### 5.2. Modalidades de la formación

##### 5.2.1. Tipos de formación: presencial, a distancia, en línea

##### 5.2.2. Planes de formación de la organización

##### 5.2.3. Estructura y contenidos de un plan de formación

##### 5.2.4. Métodos, tiempos y áreas formativas

#### 5.3. La formación inicial del vendedor

##### 5.3.1. El curso de bienvenida

##### 5.3.2. Detección de las carencias formativas del vendedor

##### 5.3.3. Programas de refuerzo

##### 5.3.4. El trabajo en grupo

#### 5.4. La formación permanente del equipo de ventas

##### 5.4.1. Áreas y acciones formativas

##### 5.4.2. Organización de la formación

##### 5.4.3. Controles de eficacia de las acciones formativas

##### 5.4.4. Necesidades de formación emergentes

##### 5.4.5. Evaluación de los planes de formación

#### CUESTIONARIO

#### ACTIVIDADES PRÁCTICAS

### **6. La resolución de conflictos en el equipo comercial**

#### 6.1. Teoría del conflicto en entornos de trabajo

##### 6.1.1. Psicología del conflicto

- 6.1.2. Niveles
- 6.1.3. Estructura
- 6.1.4. Dinámica
- 6.1.5. Principios y retos
- 6.1.6. Comunicación asertiva de los objetivos a lograr por el equipo
- 6.2. Identificación del conflicto
  - 6.2.1. Emociones y conflicto
  - 6.2.2. Comunicación verbal y no verbal de las partes en conflicto
  - 6.2.3. Los roles de las partes y sus actitudes emocionales
  - 6.2.4. Técnicas de detección
- 6.3. La resolución del conflicto
  - 6.3.1. Negociación y resolución de problema
  - 6.3.2. El uso de intermediarios o representantes
  - 6.3.3. Psicología y ética de la resolución
  - 6.3.4. Técnicas de resolución de situaciones conflictivas
  - 6.3.5. Estilos de negociación de conflictos
  - 6.3.6. Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupos

CUESTIONARIO

ACTIVIDADES PRÁCTICAS

Ediciones Paraninfo S.A. Calle José Abascal 41, Oficina 709. 28003 Madrid (España)  
Tel. (+34) 914 463 350 Fax  
info@paraninfo.es www.paraninfo.es