

Programa de Dirección de Ventas



Introducción

La Dirección Comercial es un proceso fundamental que merece ser constantemente actualizado y mejorado. Lo que hemos estado haciendo hasta ahora nunca será suficiente y menos aún en el entorno dinámico y cambiante en el que vivimos. Es preciso buscar constantemente nuevas posibilidades de crecimiento y aprovechar el cambio, sin sufrirlo. Los clientes son un activo esencial para la empresa y en ellos residen las oportunidades de crecimiento de la misma. Por estas razones, para cualquier organización es fundamental contar con un desarrollo científico y sistemático del Plan Comercial.

Objetivos

- Gestionar de manera eficiente un portafolio de clientes.
- Construir un modelo de ventas, como columna vertebral del esfuerzo comercial de la empresa.
- Desarrollar y hacer evolucionar una organización comercial.
- Implementar una política de KAM para los clientes clave de la empresa.
- Convertir a su equipo comercial en un equipo de alto rendimiento.

Participantes

Directivos del área comercial, con responsabilidad (directa o indirecta) sobre equipos comerciales y en la gestión de clientes. Estas personas habrán demostrado un recorrido de éxito en sus cargos, y estarán buscando una formación complementaria que les ayude a conquistar sus próximos desafíos.

Currículum

PRESENCIALES

Las temáticas que se trabajarán serán:

- Parte 1** – Segmentación Estratégica de Clientes.
- Parte 2** – Construcción del Modelo de Ventas.
- Parte 3** – Desarrollo y evolución de la Organización Comercial.
- Parte 4** – *Key Account Management* (KAM) – Gestión de Clientes Clave.
- Parte 5** – Equipos comerciales de Alto Rendimiento.
- Parte 6** – Sistemas de Información y Conocimiento Comercial.
- Parte 7** – Liderazgo en Organizaciones Comerciales.

Estas temáticas se repartirán en cinco sesiones presenciales, de la siguiente manera:

Sesión 1	Sesión 2	Sesión 3	Sesión 4	Sesión 5
Segmentación Estratégica de Clientes + Construcción del Modelo de Ventas	Desarrollo y Evolución de la Organización Comercial + KAM	Equipos Comerciales de Alto Rendimiento	Sistemas de Información y Conocimiento Comercial	Liderazgo en Organizaciones Comerciales + Plan de Desarrollo Comercial (PDC)

La implementación de este proceso sigue una estructura lineal, que es la que sigue el programa. Empezamos con la primera gran cuestión en la Dirección Comercial: ¿quiénes son mis clientes? Y más allá: ¿qué clientes necesito para alcanzar mis objetivos? Las respuestas a estas preguntas sientan las bases del Modelo Comercial de la empresa, que es el sistema que permite a una organización comercial desarrollar sus objetivos comerciales. Una vez definido el Modelo Comercial, la siguiente fase es el desarrollo de una Organización Comercial capaz de llevar a cabo este modelo, especialmente en la atención de los Clientes Clave para la empresa. Finalmente, el curso cubre las dos grandes áreas de desarrollo de la organización comercial: la gestión de los equipos y la gestión de la información, para evaluar y hacer evolucionar el sistema. El programa se cierra con el análisis del trabajo de liderazgo que requiere la dirección de organizaciones comerciales.

VIRTUALES

De manera paralela al contenido presencial, el programa contará con un contenido a desarrollar en el espacio virtual especialmente creado para el mismo. Esta parte virtual del programa ayudará a los participantes a convertir este curso en una oportunidad real de mejorar el desempeño de sus organizaciones comerciales. Las sesiones virtuales están construidas de la siguiente manera:

• Pre-Programa: Diagnóstico.

La primera sesión, a realizar de manera previa al programa, consistirá en un cuestionario individual a través del cual cada participante será capaz de detectar las áreas de mayor potencial para el desarrollo de su organización. Este diagnóstico permitirá a los participantes centrar sus objetivos para el programa, y así concentrarse en los aspectos más interesantes para ellos.

• Programa: Sesiones de complemento.

A lo largo del programa, en las sesiones presenciales irán apareciendo temas complementarios a los tratados en el aula, que serán suplementados con actividades en la plataforma virtual. Ejemplos de estos temas serán: los modelos de empresa centrados en el cliente, el coaching para redes comerciales, el uso de las redes sociales para la venta, etc.

• Post-Programa: Sesión de Control del Plan de Desarrollo Comercial (PDC).

La última sesión presencial del programa estará dedicada a la elaboración de un Plan de Desarrollo Comercial. En este plan, y partiendo de los objetivos que se marcaron en la fase de diagnóstico, los participantes elaborarán un plan de acción que, en un tiempo establecido, y con unas acciones concretas, les permitirá alcanzar esos objetivos. Estos planes serán compartidos por los participantes en el aula, con el objetivo de crear una comunidad de apoyo entre ellos para reforzar el éxito de los planes. La última sesión virtual consistirá en un punto de control de dónde está la comunidad con sus proyectos, y en lo que necesitan cada uno de sus miembros para seguir avanzando.

Modelo de Aprendizaje

El programa utiliza un modelo de **Blended Learning**, que combina diferentes métodos de aprendizaje, tanto presenciales como virtuales.

- **Pre-Programa** - Virtual
- **Programa** - Presencial/Virtual (5 sesiones)
- **Post-Programa** - Virtual

La parte de *e-learning* tiene por objetivos verificar los conocimientos previos al inicio del curso a través de un diagnóstico, complementar las sesiones presenciales y comprobar la aplicación práctica de las nociones adquiridas en la realidad de la organización empresarial en la cual trabaje el participante, tras la finalización del curso. La plataforma on-line completa e integra de manera fundamental la formación del programa a lo largo de todas sus fases.

Duración

En total el programa tiene una duración de 60 horas, de las cuales 40 están articuladas en 5 sesiones presenciales de una jornada de duración y 20 horas son de aprendizaje on-line.

Profesores

Un equipo docente que vive la realidad empresarial

Uno de los principales activos de ESADE Business School reside en saber aplicar la teoría a la realidad del día a día empresarial y a la orientación a resultados.

Nuestro equipo docente está formado, además de los profesores del Claustro académico, por altos directivos y consultores, inmersos constantemente en negociaciones, proyectos *start-up*, fusiones, negociaciones, consejos de administración o *coaching* para directivos.

NOTA: Puede consultarse los CV del profesorado en www.esade.edu/profesores

Programa de Dirección de Ventas

MURCIA

Octubre - Noviembre 2012

LUGAR DE REALIZACIÓN

Murcia

Lugar pendiente de confirmación.

DURACIÓN Y CALENDARIO

Días 24 y 31 de octubre y 7, 14 y 21 de noviembre de 2012.

Clases semanales. Miércoles de 09.00 a 14.00 y de 15.30 a 18.30 h

IMPORTE DE LA MATRÍCULA

4.350 €

3.915 € Miembros de ESADE Alumni y clientes de Deloitte

Se aplicarán bonificaciones especiales a aquellas empresas que inscriban varios participantes en el mismo programa o en varios programas dentro del mismo año académico. Este importe incluye la enseñanza, el material docente y los servicios de restauración

PARA MÁS INFORMACIÓN

Los candidatos pueden realizar las consultas que precisen sobre el Programa o el proceso de admisión dirigiéndose a :

ESADE - Fátima Piqué
fatima.pique@esade.edu
ESADE Business School
Executive Education
Av. de Esplugues, 92-96
08034 Barcelona
Tel. +34 932 806 162
Fax +34 932 048 105

Deloitte - Amparo Romero Payá
aromeropaya@deloitte.es
Consultoría - HCAS Deloitte
Av. de Aragón 30,
Edificio Europa, planta 10
46021 Valencia
Tel. +34 963 070 900
Fax +34 963 070 960

octubre 2012

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

noviembre 2012

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		



Programa, fechas, importe y profesorado sujetos a posibles cambios. ESADE Business School y Deloitte se reservan, además, el derecho de cancelar este programa si consideran que no se cumplen los requisitos necesarios para el éxito del mismo.