



Curso Superior en
**Dirección
de Ventas**



LOYOLA LEADERSHIP SCHOOL

Se trata de una institución de la Compañía de Jesús que desarrolla su actividad en la formación de postgrado y formación para directivos, de alto valor añadido en la capacidad crítica, el rigor intelectual y la búsqueda de la excelencia.

Desde la LOYOLA Leadership School se quiere contribuir al desarrollo de la sociedad apoyándonos en líderes con capacidad de transformación social, con vocación de servicio, con responsabilidad con el entorno, que propicien la innovación y la sostenibilidad, y con una visión global del mundo.

Para el logro de su misión, LOYOLA Leadership School es una escuela de liderazgo caracterizada por un enfoque centrado en las personas, aspira a formar no a las mejores personas del mundo, sino a las mejores para el mundo.

Nuestra visión del líder nos obliga a formar acercándonos a las fronteras: frontera de la profundidad, es decir, profundidad de pensamiento, de percepciones, de compromisos y de ideas para la toma de decisiones, y frontera de la universidad, en el sentido de una amplitud de visión, de preocupaciones y de responsabilidades.

IDDEALIA CONSULTING

Iddealia Consulting es una consultora de marketing e investigación comercial que pone al servicio del tejido empresarial su experiencia en la realización de proyectos de Consultoría en Marketing, Investigación Comercial, Organización Comercial y Marketing Online.

La experiencia acumulada por la trayectoria profesional de los socios de la consultora, acreditada en el ámbito de la gestión y dirección de ventas, conlleva un know-how determinante traducido en una visión realista, práctica, aplicable y efectiva de la formación empresarial de alto nivel.



LUGAR DE IMPARTICIÓN

Sede de LOYOLA Leadership School en Córdoba
C/ Escritor Castilla Aguayo, 4
14004 Córdoba
Tel. 957 222 106

INFORMACIÓN Y ADMISIÓN

Admisión: la incorporación de los interesados al programa se determina a través de la realización de las siguientes fases:

- Cumplimentar la solicitud de admisión.
- Realización de entrevista personal.
- Evaluación conjunta por la codirección del programa de las candidaturas.
- Contestación a todas las candidaturas presentadas.

Inscripción: una vez notificada al candidato su aceptación en el programa, se producirá la inscripción efectiva mediante la ejecución de las obligaciones de pago. En concreto, desembolso del 50% del importe en el momento de la inscripción. El 50% restante deberá pagarse previamente al inicio del Curso Superior de Ventas.

Acreditación académica: para obtener la acreditación académica del Programa Superior será necesario realizar adecuadamente las actividades planificadas durante el curso, así como superar la evaluación personal y la presencia en, al menos, el 80% de las horas lectivas del programa.

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



Rocío Rubio
rrubio@loyolals.es
C/ Escritor Castilla Aguayo, 4
14004 Córdoba
Tel. 957 222 106 - Fax. 957 222 182
www.loyolals.es



Javier Medina
iddealia@iddealia.com
Centro de Negocios Alborada Edif. B - Ofic. 3
C/ Imprenta de la Alborada, 124 D. 14014 Córdoba
Tel. 957 083 743 - fax 957 082 985
www.iddealia.com

ORGANIZAN





PRESENTACIÓN GENERAL

Ahora más que nunca, la cualificación personal y profesional del individuo es uno de los puntos de apoyo más importantes para estabilizar, afianzar y potenciar el desarrollo empresarial.

Bajo esta premisa nace el Curso Superior de Dirección de Ventas, con la voluntad firme de generar un importantísimo valor añadido para el tejido empresarial, aumentando los niveles de capacitación de numerosos profesionales y convirtiéndose en una auténtica herramienta generadora de ventaja competitiva.

Es en las pequeñas y medianas empresas donde la generación de este tipo de valores y cultura organizativa tiene un mayor potencial de desarrollo, y donde los conocimientos y recursos transmitidos tienen una aplicación directa sobre la mejora de la gestión empresarial.

OBJETIVOS

- Aportar una visión global de la actual gestión de departamentos de ventas, incidiendo en la importancia estratégica en el seno de la organización.
- Proporcionar herramientas para realizar un correcto análisis del departamento de ventas, así como capacitar para la gestión del equipo de ventas.
- Diseñar, planificar, ejecutar y controlar la labor comercial.
- Capacitar en la elaboración integral de un plan de ventas, conectado y coherente con los objetivos globales de la empresa.

DESTINATARIOS

Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Key Accounts, así como Responsables Comerciales y Titulados sin experiencia que deseen desarrollar su actividad profesional en el área comercial.

METODOLOGÍA DEL PROGRAMA

La metodología docente del programa se apoya en:

- Documentación teórica y técnica sobre los contenidos del programa
- Resolución de ejercicios individuales y en grupo
- Exposición aplicada de casos de discusión
- Empleo de casos reales para caracterizar la realidad de la dirección de ventas
- Bibliografía y material complementario

Por su parte, se evaluará a cada uno de los participantes mediante criterios de:

- Asistencia y participación en clase.
- Examen individual tipo test.
- Exposición de caso práctico en grupo.

VENTAS

EL DEPARTAMENTO COMERCIAL EN LA EMPRESA. LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

Importancia del departamento comercial en la empresa. Ubicación formal y funcional del departamento. Evolución de la función comercial. Marketing y ventas. Concepto de la función de ventas. Estudio de la función comercial. Posicionamiento y segmentación de la actividad de la empresa. Análisis de estrategias competitivas. Herramientas de análisis estratégico. Análisis competitivo.

SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Concepto y tipos de distribución. Elementos básicos para el establecimiento de un canal de distribución. Elección del sistema de distribución. B2B. Trade Marketing.

MERCHANDISING

El punto de venta como confluencia de intereses. Diagnóstico y clasificación de puntos de venta. El surtido: amplitud y profundidad. Implantación en el punto de venta. La publicidad en el lugar de venta.

MARKETING ONLINE

Internet y la distribución online. Marketing en buscadores: SEO y SEM. Usabilidad web. Plan de e-marketing. Analítica web. Retención y fidelización online.

ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS

Análisis del vendedor. Comunicación interna del departamento de ventas. La venta interna. Reuniones con el equipo comercial. Dirección por objetivos. El papel de la dirección de ventas y el equipo de vendedores. La organización del departamento: diseño de la estructura. Organización del departamento orientada a cliente. Dimensión óptima de la fuerza de ventas. Delimitación de territorios y rutas.

POLÍTICAS DE SELECCIÓN, FORMACIÓN, MOTIVACIÓN Y RETRIBUCIÓN

Reclutamiento: fases y condicionantes. Selección y acogida de vendedores. El Manual de Ventas. Plan de formación. Herramientas de motivación de vendedores. Sistemas de retribución (fijos, variables...). El incentivo de ventas.

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y FIJACIÓN DE OBJETIVOS

La previsión de ventas y la fijación de objetivos. Sistemas de previsión de ventas. Previsiones matemáticas. La opinión del equipo de ventas.

CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL

Evaluación y control de la fuerza de ventas. El Cuadro de Mando de la Dirección Comercial. Control de ventas. Control de gastos de la actividad comercial. Grado de desempeño de la actividad comercial: indicadores cualitativos.

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Importancia de la fidelización de clientes. Fidelización y lealtad. Estrategias de fidelización de clientes. Importancia de la gestión de bases de datos.

PLAN DE VENTAS

El plan de ventas: relación con el plan de empresa y el plan de marketing. Fijación de cuotas. Reparto de objetivos por canal y cliente. Reparto de objetivos por zonas, rutas y vendedores. El control del plan de ventas. Los planes de contingencia.

FUNDAMENTOS FINANCIEROS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Balance y cuenta de resultados. Masas patrimoniales. Ratios de actividad. Costes y productividad.

TÉCNICAS DE VENTAS

La importancia de la atención al cliente en la satisfacción. Necesidades y motivaciones de compra. El perfil del vendedor. El proceso de la venta: fases. Argumentario de venta y tratamiento de objeciones. La gestión del tiempo.

NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Concepto y tipos de negociación. Relaciones fabricante-distribución. Estrategia del negociador. Etapas de la negociación. Estructura y objetivos de la negociación. Principios y preparación de la negociación.

COMERCIO INTERNACIONAL

Cifras y hechos de comercio exterior en España. Requisitos para la internacionalización. Caso práctico de internacionalización.

EQUIPO DE DIRECCIÓN

D^a SALUD MILLÁN LARA
Profesora Titular de ETEA



D. JAVIER SARRASÍN FUENTES-GUERRA
Socio-director Iddealia Consulting



PROFESORADO

CARBONERO RUZ, MARIANO

Doctor en Matemáticas (Universidad de Sevilla) y Licenciado en Ciencias Económicas (UNED). Profesor titular de Estadística de ETEA. Colabora en el diseño de herramientas estadísticas y explotación de resultados, así como en la ejecución de los estudios anuales EPAC desde el 2003.

ESTEPA ALMENA, JOSÉ LUIS

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (ETEA). Postgrado de Comercio Exterior. Ex-asesor financiero y Gerente de Empresas de Banco Santander. Responsable Provincial de Empresas - Endesa Energía.

FRAGERO, MIGUEL

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por ETEA Comillas. Responsable comercial del departamento de banca de IBM. Jefe de Ventas para Grandes Clientes de Vodafone. Actualmente es consultor especializado en formación de cuadros directivos, mandos en habilidades directivas y técnicas comerciales.

GUERRERO GARRIDO, RAFAEL

Diplomado en Empresariales. Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (ESIC). Master en Dirección de Empresas (Instituto San Telmo). Director Comercial de Actividad Lácteos de Covap.

MARTÍN LOZANO, JOSÉ MANUEL

Doctor en Ciencias Empresariales por la Universidad de Córdoba (1996). Profesor del Área de Finanzas y de Marketing. En gestión ha dirigido el Área de Empresas de ETEA y sus trabajos de investigación han estado vinculados al sector agrario y financiero.

MEDINA POZUELO, A. JAVIER

Diplomado en Ciencias Empresariales. Licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado. Responsable de proyectos de Iddealia Consulting.

MILLÁN LARA, SALUD

Doctora en Ciencias Empresariales por la Universidad de Córdoba. Profesora titular en ETEA de Sistemas de Información y Contabilidad Financiera. Ha desarrollado trabajos de investigación en desarrollo económico urbano, comercio, viabilidad de centros comerciales abiertos y comercio electrónico.

MORALES FERNÁNDEZ, EMILIO J.

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesor de Organización de Empresas y Gestión de Recursos Humanos (ETEA). Ha investigado sobre el diseño de empresas, la gestión de recursos humanos, el desarrollo de habilidades directivas y otros referidos a las Ciencias Sociales Económicas.

RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ DE MOLINA, MANUEL

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Master en Dirección Financiera (ESIC). Director Financiero de Crilux. Director Financiero de Pellenc Ibérica. Socio-director de Berdud Asesores (Asesoría Financiera).

RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, ABEL

Ingeniero Agrónomo por la UCO, Diplomado en Dirección de Empresas Agroalimentarias por el Instituto de San Telmo, Diplomado en Negocios entre USA y España por la Universidad de Harvard en Cambridge. Director Internacional de COVAP, ha liderado la trayectoria internacional de COVAP desde sus inicios hace 10 años.

RUBIO RUIZ, PEDRO

Licenciado en Ciencias Empresariales en ETEA, Universidad de Córdoba, Master en Finanzas en la Universidad Autónoma de Madrid y Master en Desarrollo Directivo del IESE. Su actividad profesional se ha desarrollado fundamentalmente en el ámbito financiero, en ENDESA a nivel internacional y actualmente ocupa el cargo de Director Financiero Corporativo del Grupo Ferrovial.

SARRASÍN FUENTES-GUERRA, JAVIER

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (ETEA). Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (ESIC). Amplia experiencia en departamentos comercial y marketing. Jefe Comercial La Estrella. Key Account de Covap. Socio-director de Iddealia Consulting, consultora especializada en investigación de mercados, marketing y gestión comercial.

SERRANO CATENA, RAFAEL

Licenciado por ETEA y Master en Creación y Diseño Web. Profesor de la Facultad CEE ETEA, especialidad de Sistemas de Información y Habilidades de Gestión. Director General CREUSA (2002-2009). Director General de Comercio Córdoba (2000-2002). Ha desarrollado trabajos de investigación sobre comercio y viabilidad de centros comerciales abiertos.



Campus Sevilla
C/ Bueno Monreal, 43
41013 Sevilla (España)
Tel. +34 954 371 888
Fax +34 954 915 898

Campus Córdoba
C/ Escritor Castilla Aguayo, 4
14004 Córdoba (España)
Tel. +34 957 222 100
Fax +34 957 222 182

www.loyolals.es