



LIDERAZGO COMERCIAL

OBJETIVOS

Conocer técnicas para aprender los conceptos básicos, características, funciones y habilidades que debe tener un líder o ejecutivo comercial para poder desarrollar su trabajo diario de una forma más eficiente y obtener mejores resultados a corto o largo plazo.

CONTENIDOS

Liderazgo comercial

Introducción

1. Introducción.
2. Administración y liderazgo.
3. La esencia del liderazgo.

El papel del líder comercial

1. Funciones del líder.
2. Características del líder.
3. Estilos de liderazgo.
4. Competencias del líder.
5. Funciones, actividades y competencias del ejecutivo comercial.

Pasos para ser un líder comercial

1. El sentido de inmediatez.
2. Importancia de las redes sociales para el liderazgo comercial.
3. Creación de una red social de clientes.
4. Generar triunfos a corto plazo.

Impacto de la mercadotecnia en la comercialización

1. Definición y funciones de mercadotecnia.
2. Los mercados.
3. Investigación de mercados.
4. Cómo mantenerse en el mercado.
5. Factores que determinan el tamaño de las ventas.
6. Identificación de debilidades y fortalezas.
7. Calidad, servicio y volumen de ventas.

Impacto financiero de las acciones comerciales

1. El lenguaje de los negocios.
2. Concepto y definición de costes.
3. Los presupuestos y su utilidad.
4. Contabilidad de las transacciones comerciales.
5. Administración del efectivo.

Administración del tiempo

1. Los cuatro enfoques de la administración del tiempo.
2. Herramientas para la autoadministración del tiempo.
3. La matriz de administración del tiempo.
4. Sugerencias prácticas en la administración del tiempo.



Liderazgo comercial (Lecciones de repaso y consolidación Flash)

El liderazgo

1. Los administradores en comparación con los líderes.
2. Teorías del liderazgo y del líder carismático.
3. Transformación de grupos en equipos de trabajo.
4. ¿Qué es la Motivación?
5. Teoría y jerarquía de necesidades.
6. Teorías contemporáneas de motivación.

Organización comercial

1. Estructura y Diseño de una Organización.
2. Diseño de una Organización Comercial.
3. Tipos de organizaciones Comerciales.
4. Organigrama y Funciones.
5. Tecnología y Estructura.

La planificación comercial

1. Planificación Comercial.
2. Planificación y análisis de los costes comerciales.
3. Planificación de ventas.
4. Planificación de Medios.
5. Planificación de Promociones.

La Venta y su Tratamiento

1. Comportamientos Exitosos.
2. La formulación de Preguntas.
3. Influir sobre los clientes.
4. Presentación de la Empresa y sus Productos.
5. Móviles de Las Compras.
6. Mantenimiento de los Clientes.

La Oratoria y su Estructura

1. La preparación del Discurso.
2. Las Fases del Discurso.
3. El Efecto de Onda de la Comunicación.