

PLANIFICACIÓN COMERCIAL

INTRODUCCIÓN

Uno de los grandes retos actuales es el de adquirir, desarrollar y mejorar las capacidades de gestión de los aspectos comerciales dentro de la empresa. Para ello debe realizarse una adecuada planificación de la actividad de ventas, al mismo tiempo que hay que abordar la gestión y dirección del departamento comercial de cara a mejorar su rentabilidad, en particular, y el de la empresa en general.

Todas las empresas buscan con ahínco conseguir una correcta planificación de la gestión comercial y capacitarse para la concreción de un plan dirigido a la consecución de objetivos, lograr los conocimientos necesarios para organizar y controlar los resultados, al igual que ordenar y dirigir la relación con los clientes para obtener una mayor rentabilidad y un alto grado de fidelización.

La planificación de la actividad comercial requiere de la toma de decisiones con carácter proactivo, sobre todo en cuanto a la definición de los objetivos comerciales, y del diseño de las estrategias para alcanzar dichos objetivos. Sin embargo, entender que el proceso de planificación comercial concluye aquí sería un error. Por lo que hay que consolidar el Plan Comercial de una empresa a través de mecanismos de valoración de medios y recursos, así como de un sólido sistema de información que nos permita encarar con garantías cualquier tipo de contingencia.

FACTORES CLAVE

- Constituye un útil y eficaz método para el desarrollo profesional en el ámbito directivo y de la gestión comercial de la empresa.
- Ayuda a crear una mentalidad innovadora orientada al logro de la rentabilidad de la gestión con una guía clara a seguir.
- Dota de eficaces instrumentos para detectar aspectos desapercibidos en la cotidianidad empresarial.
- Se convierten en rigurosos y eficientes elementos de control de los resultados y de coherencia con la visión estratégica de la empresa.
- Es un valioso instrumento de comunicación interna y externa que afecta de manera directa a todos los departamentos de la empresa y a todos sus público de interés.

PÚBLICO OBJETIVO

Gerentes, futuros gerentes, directores comerciales, y ejecutivos que tengan entre sus funciones dentro de la empresa la de marcar las estrategias comerciales y hacer, dirigir o intervenir en la Planificación Comercial.

18

nov

-

19

nov

+ 34 91 744 40 40 · executive@esic.es · www.esic.edu/executive

CURSO INTENSIVO

Planificación Comercial

OBJETIVOS

- Desarrollar diferentes habilidades de gestión y manejo de herramientas de aplicación en el puesto de trabajo para los diferentes roles dentro de la organización empresarial, con el fin de profundizar en un concepto innovador de Planificación Comercial.
- Contextualizar la función y el posicionamiento de la empresa de acuerdo a la evolución de la gestión comercial en el entorno competitivo actual.
- Reflexionar sobre los conceptos de estrategia y táctica aplicables por parte de los responsables de los Departamentos Comerciales (y de todos los miembros que los integran) y su modelación para las diferentes líneas de negocio, canales de comercialización y zonas de venta, reduciendo la dependencia de la incertidumbre y de diversas actuaciones esporádicas.
- Demostrar la relevancia de la Planificación Comercial como fuente de ventaja competitiva que caracteriza la situación actual de los mercados.
- Entender lo que significa venta estratégica en la aproximación a la gestión amplia de clientes, obteniendo el máximo rendimiento con el desarrollo de planes de venta y seguimiento de oportunidades comerciales.
- Facilitar la estructura de pensamiento y el conjunto de elementos críticos a valorar en el análisis y posterior selección de las estrategias comerciales del departamento comercial, tendentes a la fidelización de clientes.
- Dotar de una metodología personalizada al equipo comercial de una empresa asentada en un nuevo enfoque corporativo de gestión, promoviendo una nueva sensibilidad que persiga una cuota de fidelización óptima de los clientes a través del crecimiento en el potencial de la empresa en la captación de nuevas oportunidades de negocio.

METODOLOGÍA

En el desarrollo de los diferentes contenidos del curso se combinarán metodologías eminentemente prácticas de formación-acción, que pretenden garantizar la consecución de los objetivos propuestos adaptándose al perfil de los asistentes. Para ello se alternarán:

- **Exposición del ponente:** diálogo con participación activa que permita el intercambio de experiencias.
- **Casos prácticos:** se provocará la constante participación de los asistentes buscando el enriquecimiento sobre su aplicación y la posterior crítica a nivel de grupo.
- **Discusiones en grupo:** el ponente, manteniendo el diálogo en la línea de aprendizaje requerida, orientará la dinámica propia del grupo resumiendo y cerrando los temas en discusión basados en episodios reales de la propia actividad.
- **Autodiagnóstico y elaboración de planes individuales:** con el fin de generar herramientas personalizadas de trabajo se alternarán las propuestas genéricas con la casuística individual de los asistentes, lo que podrá permitirles implementar en su puesto.

INTRODUCCIÓN

FACTORES
CLAVEPÚBLICO
OBJETIVO

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

PROGRAMA

PONENTE

INFORMACIÓN

18

nov

-

19

nov

+ 34 91 744 40 40 · executive@esic.es · www.esic.edu/executive

CURSO INTENSIVO

Planificación Comercial**PROGRAMA****1. Conceptos básicos:**

- La planificación
- El control de gestión.
- El cuadro de mando.

2. Modelo empresarial:

- Ventas y marketing: qué les une y qué les separa.
- De la Planificación Estratégica al Plan de Cuenta: integración de Planes en la Empresa.

3. El Plan Comercial como instrumento operativo del Plan de Marketing de la empresa:

- Proceso de Planificación Comercial en la empresa.
- Desmitificación del Plan Comercial.
- Puntos clave y fases críticas.

4. El punto de partida: qué información recoger:

- Análisis externo:
 - * Variables que afectan al escenario.
 - * Análisis Sectorial.
 - * Análisis Competitivo.
- Análisis comercial interno de la empresa:
 - * Diez puntos imprescindibles a examen.

5. Qué conclusiones sacamos del pasado: estudio de situación.

- 5.1. Análisis histórico-causal.
- 5.2. Establecimiento de la matriz DAFO/CAME.

6. Cómo nos planteamos el futuro y a qué nos comprometemos:

- Establecimiento de previsiones de ventas.
- Objetivos y cuotas por unidades comerciales.
- Proceso comercial de la empresa.
- Organización comercial y sistema de retribución de la fuerza de ventas.

7. Cómo vamos a organizarnos para lograr el alcance de los objetivos:

- Estrategias y elección de medios.
- Valoración de recursos a utilizar.
- Cómo establecer la revisión de objetivos en función de los recursos y medios disponibles.

8. Quién hace qué y cuándo en el ámbito de la Planificación Comercial:

- Programas, tareas y responsabilidades.
- Cronograma de actividades.

9. Sistemas de información y control del Plan Comercial:

- Cuadro de Mando de la Planificación Comercial.

10. Medidas correctoras y planes de contingencia:

- Diagnóstico de desviaciones.
- Ajuste del Plan Comercial a corto y medio plazo.

PONENTE**D. Doroteo González Pastor**

Licenciado en Ciencias Empresariales, Universidad de Valladolid. Máster en Marketing y Comunicación, IDE. Auditor IRCA para Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001.

Consultor en Estrategia, Calidad y Cambios para Empresas e Instituciones. Miembro individual de la Asociación Española de la Calidad (AEC) y de Forética, ha formado parte del equipo redactor inicial de la Norma SG21 para la Gestión Ética de las Organizaciones.

Consultor-formador de ESIC, Business&Marketing School, en programas de postgrado, así como en numerosos proyectos dirigidos a grandes compañías para la optimización de sus procesos comerciales de carácter estratégico.

INTRODUCCIÓN

FACTORES
CLAVEPÚBLICO
OBJETIVO

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

PROGRAMA

PONENTE

INFORMACIÓN

18

nov

-

19

nov

+ 34 91 744 40 40 · executive@esic.es · www.esic.edu/executive

CURSO INTENSIVO

Planificación Comercial

FECHAS

18 Y 19 DE NOVIEMBRE DE 2014

HORARIO

DE 9.30 A 14.00 Y DE 15.00 A 18.30 HORAS

DURACIÓN

16 HORAS - 2 DÍAS

LUGAR DE IMPARTICIÓN

EXECUTIVE EDUCATION ESIC
C/ Arturo Soria, 161 · 28043 Madrid

IMPORTE

750 €

Descuento de 100€ por inscripción anticipada hasta el 31/10/2014.
Gestión gratuita de la bonificación de la Fundación Tripartita, solicite más información.

Antiguos alumnos de ESIC, consultar condiciones especiales.

Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.

(Descuentos no acumulables, teniendo valor el de mayor cuantía)

MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

00 34 91 744 40 40
executive@esic.es
www.esic.edu/executive

INTRODUCCIÓN

FACTORES
CLAVE

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

PÚBLICO
OBJETIVO

PROGRAMA

PONENTE

INFORMACIÓN