DEPARTAMENTO DE INGENIERIA INDUSTRIAL

FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS
UNIVERSIDAD DE CHILE

IN 446 TECNICAS PROFESIONALES DE VENTAS

6 U.D.

D H : (3.0-0.0-3.0)

REQUISITOS : IN30A,AD

CARACTER : Electivo de la Carrera de Ingeniería Civil Industrial

PROFESOR : SR. PATRICIO NIEVAS E.

SEMESTRE : OTOÑO 1999

TEMARIO:

1. Naturaleza y Alcance de la Función "Gerencia de Ventas"

- La Gerencia de Ventas y el Plan de Marketing
- La Gerencia de Ventas y el Plan de Ventas
- Los Objetivos de la Gerencia de Ventas

2. Estructura de la Gerencia de Ventas

- Organización de la Fuerza de Ventas
- Características y Estructuras Típicas de la Organización de Ventas
- Cómo pensar como Gerente de Ventas
- Las Metas de Ventas

3. Planificación de Ventas

- El Proceso de Planificación de Ventas
- Objetivos y Estrategias Comerciales
- Proyecciones de la Demanda
- Las Estimaciones de Ventas

4. Diseño de Territorios de Ventas

- Razones, Justificación y Aportes al Cumplimiento de las Metas
- Tipos de Territorios
- Los Potenciales de Venta de cada Territorio
- Asignación de los Territorios a los Vendedores

5. Las Cuotas de Ventas

- El propósito de las Cuotas de Ventas
- Tipos de Cuotas de Ventas
- Procedimientos para establecer Cuotas de Ventas
- Administración de las Cuotas de Ventas

6. Selección de la Fuerza de Ventas

- Determinación del tamaño de la Fuerza de Ventas
- Determinación del Perfil de los Vendedores
- Sistemas de Reclutamiento de Vendedores
- El Proceso de Selección

7. Capacitación, Motivación y Dirección de Vendedores

- Objetivos de un Programa de Capacitación
- Cómo Motivar a los Vendedores
- Estímulos Externos y Voluntad Interna
- “Dirección Dura” vs. “Dirección Blanda”

8. Remuneración de Vendedores

- Sistemas Típicos de Remuneración de Vendedores
- Bonos, Premios y Reconocimientos
- La Estabilidad Laboral de los Vendedores

9. Evaluación de Desempeños en el Depto. de Ventas

- Sistemas Formales y Sistemas Informales de Evaluación
- Las Visitas Conjuntas como Métodos de Evaluación
- El Progreso Individual
- La Evaluación del Grupo de Ventas

10. La Naturaleza de la Actividad de Supervisión de Vendedores

- El Supervisor de Ventas y la Gerencia Comercial
- El Supervisor de Ventas y el Resto de la Empresa
- El Supervisor de Ventas y los Vendedores
- El Supervisor de Ventas como Administrador
- Las Obligaciones y Responsabilidades del Supervisor de Ventas
- El Supervisor de Ventas como “Interfase Inteligente” entre los Vendedores y la Empresa

11. Comienzo de la Semana: Día Lunes

- La Reunion de Coordinación Semanal con el Grupo de Vendedores
- El Plan de Trabajo de la Semana
- Las Comunicaciones en la Actividad de Supervisión de Ventas
- La Organización del Equipo de Ventas
- Las Actividades de Coordinación Internas con el Resto de la Empresa
- ¿Dónde ir? Las Entrevistas de Ventas

12. Segundo día: Día Martes

- La actividad de Capacitación al Grupo de Ventas: El Manejo de Objeciones y la Presentación del Producto
- Las Salidas a Terreno con un Vendedor
- La Objeción del Precio
- Los Territorios de Ventas, su Potencial y las Metas de Venta para cada Vendedor
- El Control del Equipo de Ventas

13. Los Pasos de la Venta

- La Entrevista de Venta
- La Presentación del Producto
- El Manejo de las Objeciones
- El Cierre de la Venta
- La Actividad de Post-Venta

14. La Actitud Mental Vendedora

- Los Buenos Hábitos para Vender
- El Pensamiento Positivo
- Emociones y Persistencia
- El Magnetismo de la Alegría
- El Desafío de la Productividad del Vendedor
- La Acción en la Venta

15. El Manejo de Objeciones

- ¡Bienvenidas las Objeciones!
- Las Objeciones de Precio, Formas de Pago, Plazos de Entrega Calidad en la atención..... y Otras
- La Actitud del Vendedor frente a las Objeciones

16. El Cierre de la Venta

- Las Señales de Compra
- Métodos Directos y Selectivos de Cierre de Ventas
- Cerrando el Camino a la Competencia
- El Pedido de Ensayo