Máster en Dirección Comercial

PEAKS BUSINESS SCHOOL

apd

Valencia

ASOCIACIÓN PARA EL PROGRESO DE LA DIRECCIÓN (APD)

La Asociación para el Progreso de la Dirección se creó en 1956 con el objetivo de colaborar con el desarrollo de las empresas, a través del desarrollo de sus directivos. A lo largo de estos años, APD ha utilizado distintas herramientas para alcanzar su objetivo fundacional, convirtiéndose en un prestigioso foro de debate y de relaciones a nivel nacional.

APD es una entidad privada e independiente, sin ánimo de lucro, de ámbito internacional, cuya misión es impulsar y actualizar la formación y la información de los directivos de empresas y de los empresarios a través de actividades de difusión del conocimiento, capacitación y mejora profesional.

La innovación ha sido uno de los elementos que han dirigido la Asociación desde su nacimiento. En APD estamos en permanente vigilancia para debatir sobre las últimas tendencias, en formatos atractivos y eficaces para nuestros asistentes.

APD favorece el debate, el intercambio de experiencias y de ideas, desde el más absoluto respeto a la diversidad y a las opiniones de todos, no tomando partido por ninguna de ellas.

En APD contamos con ponentes de primer nivel, muchos de ellos directivos y directivas de empresas, que nos trasladan sus propias vivencias.

www.apd.es

PEAKS BUSINESS SCHOOL

PEAKS Business School es una escuela de negocios valenciana, promovida por un grupo de empresarios apasionados por la formación empresarial y el crecimiento profesional. Creemos que la prosperidad de nuestro entorno se obtiene a través de la eficiencia y la excelencia de nuestras empresas, y para lograrlo necesitamos los profesionales y directivos mejor capacitados.

Con un equipo con amplia experiencia en formación empresarial y ejecutiva nos hemos atrevido a replantear las bases de las escuelas de negocio convencionales, incorporando la tecnología y los nuevos recursos de nuestro siglo y hemos diseñado una metodología que obtiene los mejores resultados en el crecimiento personal de cada uno de nuestros alumnos.

PEAKS son las siglas de "Personal Enhancement in Attitude, Knowledge and Skills". Nuestra metodología sigue una cuidada evolución de los métodos docentes convencionales de las escuelas de negocio. Su objetivo es facilitar la transformación necesaria en el individuo para lograr alcanzar sus metas profesionales.

PEAKS Business School nace con unos valores y unos principios que fundamentan nuestra estrategia empresarial y guían hasta el más pequeño de los detalles de todo lo que ocurre en la escuela. Ética, honestidad, independencia y respeto son valores universales que nos acompañan desde el primer día de actividad y que esperamos que compartan nuestros alumnos y sus empresas.

Personal Enhancement, porque nos adaptamos a cada individuo.
Attitude, porque el éxito en la empresa es una cuestión de actitud.
Knowledge, porque el conocimiento es la llave del éxito empresarial.
Skills, porque un líder necesita herramientas para destacar y triunfar.

Desarrolla la excelencia en tu equipo de ventas

Máster en Dirección Comercial

La responsabilidad de llegar al mercado recae en nuestros directivos comerciales. ¿Estamos aprovechando todo su potencial? ¿Estamos utilizando las herramientas adecuadas?

Desarrolla la excelencia de tu equipo de ventas

LOS NUEVOS RETOS DE LA DIRECCIÓN COMERCIAL

Las ventas son un elemento esencial en el éxito de cualquier empresa. Todos los empleados de cualquier empresa intervienen en alguna fase de la venta, pero son los equipos comerciales los que tienen como función principal la venta. Hay individuos que tienen dotes innatas para la venta, pero al igual que todas las disciplinas, se puede desarrollar esta habilidad siguiendo las pautas y la metodología adecuada.

Para desempeñar con éxito la coordinación de equipos de ventas y la dirección comercial se necesitan gran número de conocimientos, técnicas y habilidades adicionales que también se desarrollan a lo largo del programa, de la mano de profesionales que son o han sido coordinadores de equipos de ventas y/o directores de ventas o directores comerciales.

Sergio Riolobos
Co-director del Máster en Dirección Comercial

UN GRAN OPORTUNIDAD PARA LAS VENTAS

Las ventas siempre han estado presentes en cualquier organización empresarial. La esencia de las ventas no ha cambiado demasiado a lo largo de los años, pero los entornos donde se producen, las necesidades de los clientes y la nueva competencia sí han sufrido una gran transformación.

Este programa máster es una magnífica oportunidad de conocer la esencia de lo que siempre funcionó en ventas y ampliar o actualizar conocimientos para tener éxito en los nuevos escenarios. Todo ello de la mano de grandes expertos en ventas en diferentes sectores.

No se trata de que tengas éxito en ventas, que seguramente ya lo tendrás, si no que sigas teniéndolo en el futuro.

José Luis Gutiérrez
Co-director del Máster en Dirección Comercial

Un excepcional equipo de profesores enfocados en la venta y en los resultados

Grandes profesionales de la dirección comercial de distintos sectores y excelentes comunicadores

PROFESORADO

SERGIO RIOLOBOS
Co-director del Máster en Dirección Comercial

JOSÉ LUIS GUTIÉRREZ
Co-director del Máster en Dirección Comercial

GABRIEL CERRADA
CEO de RIB Spain

GUILLERMO RUBERT
Director Regional Mahou San Miguel

EDUARDO MARTÍN
Gerente en Media Markt

DANIEL ZURRIAGA
Director Comercial de Las Provincias

ENRIQUE IZQUIERDO
Director Proyectos - Nuevos Negocios - Bankinter Consumer Finance

JOSÉ LUIS BERMEJO
Director de Ventas Canal DIY en Keraben

JORGE SAMPER
Director de Ventas en Energy Container Solutions

ÁNGEL GARRORENA
Director de Ventas y asesor en Lean Sales

CARLOS ROMERO
Director Comercial Particulares y Negocios en Alcanzia Energía

JAVIER ECHALEKU
Director Creativo de Kuombo

MARIBEL VILAPLANA
Profesora de Marketing Personal y Oratoria

PABLO GRAU
Coach -trainer en NegociaBien

SANTIAGO FERRÍS
Experto en inteligencia artificial

DAVID ALPUENTE
Socio Director de Alper Consultores

TONI FERNÁNDEZ
CEO de VIVA! Conversión

Skaja Lee

CONTENIDOS

EL ÁREA COMERCIAL

El objetivo de este módulo es conocer la evolución de la situación del entorno y las organizaciones. Cambio y tendencias en los modelos de consumo y su impacto en la dirección de Ventas. Conceptos clave en la dirección comercial.

- Evolución del entorno y nuevo marco de trabajo
- Análisis de los mercados y segmentación
- Estrategias comerciales en la estrategia empresarial
- La dirección de ventas en las nuevas organizaciones
- Principales canales de ventas: venta directa y venta indirecta
- Modelo de relación de los clientes con la empresa. Elementos clave y ciclo de valor

LA VENTA: CONCEPTOS BÁSICOS

Empezamos con una introducción a los conceptos básicos de las ventas. Reflexiones previas.

- Entorno. Situación actual del mercado
- ¿Llevo un vendedor dentro de mí?
- ¿Cuándo estoy vendiendo?
- ¿Qué es la venta?
- La influencia como pilar de los negocios justos, responsables y éticos
- Necesidad y aplicación de la venta y las salidas profesionales
    - Marca personal
    - Entrevista de trabajo

PSICOLOGÍA DE LA VENTA: EL VENDEDOR

Se analiza la importancia de la psicología en el proceso de la venta y se presentan y analizan los factores básicos y determinantes de ambas partes del proceso. Empezamos por el vendedor.

- Conocerse a uno mismo
- Factores internos a potenciar
- Felicidad en el trabajo
- La presión del resultado en las ventas
- La persuasión
- Automotivación
- Perfil del vendedor con éxito
- Superar la frustración

PSICOLOGÍA DE LA VENTA: EL COMPRADOR

A continuación profundizamos en la perspectiva psicológica del comprador.

- Proceso de decisión de compra
- Actores en el proceso de compra
- Motivaciones de compra
- Programación neurolíngüística (PNL): el poder de las palabras
- Diferentes tipos de compradores

METODOLOGÍAS PARA LA VENTA

En este módulo se analizan, desarrollan y entrenan los principales hábitos, actitudes y herramientas más comunes que tiene un vendedor de éxito

- Sistema de trabajo: la venta es un método
- Sales funnel: metodología SPANCOF como aplicación directa en sistemas CRM
- Herramientas
    - Herramientas clásicas de estrategia
    - Ventaja competitiva, barreras de entrada y diferenciación
    - Trabajo por cartera: potencialidad de cartera y segmentación de cartera.
    - Técnicas de captación
    - *Hunters* y *farmers*
- Desarrollo geográfico de la acción comercial
- La preparación de la venta: 90% del éxito. Antes de ir a vender debo...

LA VENTA

Tipos de Venta. Talleres y actividades en caliente dedicadas al entrenamiento y perfeccionamiento de las diferentes partes para conseguir adoptar procesos de venta éticos, responsables y sostenibles.

- ¿El vendedor nace o se hace?
- Venta de producto, venta de servicios
- Técnicas de venta
- Partes de la venta:
    - Presentación
    - Sondeos: información necesaria y deseable
    - Elaboración y presentación de propuesta
    - Superación de objeciones / negociación. Mejores prácticas de los mejores vendedores
    - Cierre
- Post venta
- Canales de venta

El COMERCIAL 3.0.

Cómo obtener el mejor retorno de las herramientas de marketing digital en las ventas.

- Telemarketing
- Venta digital
- Networking: cómo construir un red de contactos física o presencial
- Networking digital: cómo y dónde debo estar en la red
- Posicionamiento digital
- Tipologías de interlocutores
- Tipos de propuestas comerciales

NEGOCIACIÓN Y CIERRE

Las fases de negociación y cierre son clave para los resultados. Las analizaremos en detalle y las practicaremos.

- Técnicas y procesos de negociación
- Técnicas de comunicación verbal y no verbal. Construcción del mensaje
- La minimización del riesgo como arma del vendedor de alto rendimiento
- Señales y tiempos de cierre
- Monitorización de los términos acordados. Comité de seguimiento

VENTAS INTERNACIONALES

En este módulo se analizarán las diferencias específicas para vender en otros países y continentes

EL CLIENTE. DESARROLLO Y FIDELIZACIÓN

Tan importante como lograr la venta es conseguir fidelizar a nuestros clientes y convertirlos en firmes prescriptores de nuestros productos o servicios

- Ciclo de valor del cliente
- Fidelización de clientes
- El cliente prescriptor

HERRAMIENTAS 2.0 PARA LA VENTA

Trabajaremos algunas herramientas fundamentales para la gestión equipos comerciales y las ventas digitales

- CRM
- Social selling (venta a través de redes sociales).
- Posicionamiento, analítica
- Big data e inteligencia artificial aplicadas a las ventas

EL EQUIPO DE VENTAS

Una vez controlados todos los procesos de la venta, entramos en la función del jefe de ventas, director de ventas y director comercial

- El rol del director de ventas
- Dirección del equipo de ventas
- Diseño de la red de ventas
- Definición de las funciones y los puestos
- Selección e incorporación al equipo
- Sistemas de retribución
- Evaluación y plan de carrera en ventas

DISEÑO DE LA RED DE VENTAS. TIPOS DE ORGANIZACIÓN, MODELOS Y CANALES

En este módulo se analiza cómo crear una red de ventas coherente con los tipos de organización, con los modelos comerciales y con los canales definidos

- La definición del mercado objetivo. Análisis y segmentación
- Modelos de organización de la red de ventas. La estructura comercial: redes propias y ajenas
- Definición de los perfiles
- Dimensionamiento de la red
- Gestión y fidelización de clientes
- La creación de valor

MÉTRICAS EN VENTAS

Uno de los retos en este momento es establecer unas métricas adecuadas a las nuevas prácticas:

- Métricas tradicionales:
    - Margen
    - Volumen
    - Contribución
    - *Stock*
    - Venta cruzada
    - Ciclo de vida del cliente
    - Obsolescencia de producto
- Nuevas métricas:
    - Recomendaciones
    - Seguidores
    - SEO
    - SEM
    - *Likes*
    - *Retuiteos*
    - Publicaciones
    - Visualizaciones

PREVISIÓN DE VENTAS Y FIJACIÓN DE OBJETIVOS

En este módulo se estudia la aplicación de las diferentes herramientas de previsión y su aplicación en el establecimiento de los objetivos de ventas:

- Los diferentes métodos de previsión
- Análisis de los diferentes canales y zonas de ventas según productos y target de clientes
- Establecimiento de los objetivos de venta
- Continuidad con los objetivos estratégicos y corporativos
- Dimensionamiento y asignación
- Los objetivos como elemento motivador de la fuerza comercial
- Fijación de las cuotas de venta
- Tipos de cuotas a considerar
- Uso y combinación según sector, producto y mercado objetivo
- Dinámica y evolución de su aplicación

LA GESTIÓN ECONÓMICO FINANCIERA DE LA DIRECCIÓN DE VENTAS

El objetivo de este módulo es analizar los estados financieros (balance y cuenta de resultados) y su aplicación directa en el análisis y control de las operaciones comerciales.

- Gestión económica-financiera en la dirección de ventas
- La cuenta de resultados: estructuras de ingresos y gastos
- Rentabilidad de las operaciones comerciales. Guidelines de decisión
- Análisis de la actividad y productividad del equipo de ventas
- La toma de decisiones y análisis de impacto

LA GESTIÓN EMOCIONAL DEL EQUIPO DE VENTAS

En este módulo se profundiza en el desarrollo del equipo comercial atendiendo a aspectos clave de liderazgo y motivación de las personas.

• La función emocional y actitudinal del Director de Ventas

• Motivación de los equipos de ventas

• Actitud: la llave del éxito

• Fidelización de la fuerza de ventas

OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS COMERCIALES

Para optimizar los resultados es necesario eliminar el derroche innecesario en los procesos, aprendiendo lo más rápido posible de los errores y después pasar a corregirlos.

• *Lean Sales*. Diseñar, planificar y ejecutar las ventas de manera más rentable y optimizada.

• Aplicación de *lean* y *design thinking* en los procesos comerciales

• Auditoría de los procesos comerciales

PLAN DE VENTAS

En el último módulo se trabajan en el desarrollo de un plan de ventas integral como elemento fundamental lanzamiento y seguimiento de cualquier actividad comercial.

- El plan de ventas, elemento fundamental del plan de empresa
- Análisis de mercado, competencia y tendencias de uso o consumo
- Fijación de objetivos y asignación por unidad comercial
- Configuración de cuotas y presupuestos detallados
- El sistema de monitorización y control de las ventas: actividad y productividad
- Cuadros de mando. Medidas correctoras y planes de contingencia

Stephano Merli

NUESTRA METODOLOGÍA

Nuestra metodología se basa en una cuidada evolución de las metodologías convencionales de las escuelas de negocio. Su objetivo es facilitar la transformación necesaria en el individuo para lograr alcanzar sus metas profesionales.

Las siglas Personal Enhancent in Attitude, Knowledge and Skills, que indican las cuatro dimensiones principales de la metodología de la escuela.

El crecimiento personal se logra con una atención individualizada por parte de los tutores y los directores de los programas de manera que se maximicen los resultados.

PERSONAL ENHANCEMENT

Trabajamos la actitud y los comportamientos como elemento diferencial a la hora de ser un gran profesional y líder.

ATTITUDE

SKILLS

Las competencias y habilidades se aprenden observando, escuchando, haciendo y mejorando de forma continua, repitiendo hasta interiorizarlas de manera natural.

KNOWLEDGE

Unos profundos conocimientos, transmitidos de forma simple y natural y trabajados activamente por el alumno son la base del éxito en la carrera

INSTALACIONES

El programa tiene lugar en las aulas de Capitol Empresa, en la C/Ribera 16 de Valencia.

En este edificio se dispone de más de 25 aulas recién construidas, modernas, luminosas y muy bien equipadas. Un excelente emplazamiento para la mejor de las experiencias formativas.

Está ubicado en el centro de Valencia, a menos de dos minutos a pie del metro, el autobús urbano y la estación del tren.

CALENDARIO, HORARIOS Y CONDICIONES ECONÓMICAS

CALENDARIO

La siguiente edición del programa empieza el viernes 27 de septiembre de 2019 y tiene lugar en viernes y sábados hasta el 27 de junio de 2020.

27 y 28 de septiembre de 2019
4, 5, 18, 19, 25 y 26 de octubre de 2019
8, 9, 15, 16, 29 y 30 de noviembre de 2019
13, 14, 20 y 21 de diciembre de 2019
10, 11, 17, 18 y 31 de enero de 2020
1, 7, 8, 21, 22, 28 y 29 de febrero de 2020
13, 14, 27 y 28 de marzo de 2020
3, 4, 24 y 25 de abril de 2020
8, 9, 15, 16, 29 y 30 de mayo de 2020
5, 6, 19, 20, 26 y 27 de junio de 2020

La duración total del programa es de 250 horas.

En ocasiones excepcionales, puede haber actividades complementarias, programadas en días distintos de los viernes y sábados establecidos, que siempre serán avisadas con suficiente antelación.

HORARIOS

El programa se oferta en fines de semana, de manera que sea compatible con la actividad profesional. Para facilitar la conciliación familiar, cada dos fines de semana hay programado un fin de semana sin sesiones.

Las sesiones presenciales tienen lugar los viernes de 15:45 a 20:45 y los sábados de 9:00 a 14:00

CONDICIONES ECONÓMICAS

El coste completo del programa es de 8.200 euros e incluye todos las actividades y servicios necesarios para la realización del programa.

DATOS DE CONTACTO E INSCRIPCIONES

Si tienes interés en tener más información acerca del Máster en Dirección Comercial o de cómo solicitar tu admisión, ponte en contacto con nosotros:

Correo electrónico: peaks@peaks.es

Teléfono: 960 08 40 04

Oficinas: C/ Convento Santa Clara 12, pta 3 - 46002 Valencia

Web: peaks.es

peaks.es