



talleres formación pymes

TALLER DE VENTAS EN TIEMPOS DE CAMBIO



OBJETIVO

En este taller se va a tratar de evaluar la situación coyuntural y estructural del entorno de cambio por COVID, VUCA o modificación de paradigmas.

También se evaluará de forma interna la empresa y sus productos o servicios.

De esta forma, identificar las necesidades comerciales reales y poder plantificar su futuro a corto, medio y largo plazo.

1. Radiografía actual del entorno comercial.
2. Análisis de la situación interna
3. Propuesta de valor y canales de venta
4. Fases de la venta y su tratamiento
5. Tratamiento del embudo de ventas
6. Optimización de recursos
7. Planes de Venta
8. Evaluación de resultados y seguimiento

Duración: 2 talleres de 3 horas.

Formato on-line: 3 conexiones de 2 horas

TOTAL: 6 horas.



talleres formación pymes

TEMARIO

1) PUNTO DE PARTIDA

1.1.- CANALES DE INFORMACIÓN

7.1.1.- Exterior

7.1.2.- Interior

1.2.- CUADRO DE MANDO

7.2.1.- Definición

7.2.2.- Seguimiento

1.3.- IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

7.3.1.- Definición

7.3.2.- Evaluación de idoneidad

7.3.3.- Periodicidad

2) LOS CLIENTES

2.1.- Segmentación

2.1.1.- Nichos de mercado

2.1.2.- Mapa de empatía

2.2.- Propuesta de Valor

2.1.1.- Propuesta de Valor

2.3.- Relación con los clientes

2.3.1.- Clases de relación los clientes

2.3.2.- Canales de información y distribución

2.3.3.- Impresión general

3).- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

3.1.- Conclusiones del pasado

3.2.- DAFO

3.3.- CAME

4).- FASES DE LA VENTA

4.1.- ¿QUIÉN VENDE EN LA EMPRESA?

4.1.1.- Responsabilidades

4.1.2.- Objetivos

4.2.- FASES DE LA VENTA Y SU INTERVENCIÓN

4.2.1.- Fase de la Venta

4.2.2.- Intervención



5).- HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN

- 5.1.- ENTORNO
- 5.2.- COMPETENCIA

- 5.3.- TENDENCIAS
- 5.4.- INFORMACIÓN INTERNA

6).- PLANES Y OBJETIVOS

- 6.1.- Plan de empresa
- 6.2.- Plan de Marketing
- 6.3.- Plan de Ventas

7).- PLANES DE VENTA

- 7.1.- OBJETIVOS GENERALES
 - 7.1.1.- Plan de empresa
 - 7.1.2.- Plan de marketing y venta

- 7.2.- PLANES A MEDIO PLAZO
- 7.3.- PLANES DE CONTINGENCIA
- 7.4.- PARTES RELEVANTES

8).- INFORMACIÓN Y CONTROL

- 8.1.- MECANISMOS DE INFORMACION
 - 8.1.1.- Información recibida
 - 8.1.2.- CRM

- 8.2.- CONTROL DE CAMPAÑAS Y CLIENTES
 - 8.2.1.- Herramientas de control
 - 8.2.2.- Sistemas de control

- 8.3.- ANÁLISIS Y REVISIONES
 - 10.3.1.- Evaluación indicadores

9).- CONCLUSIONES

- 9.1.- CONCLUSIONES GENERALES
 - 11.1.1.- Evaluación contenidos
 - 11.1.2.- Temas a ampliar

- 9.2.- OBJETIVOS Y PLANIFICACION DE FUTURO
 - 11.2.1.- Clarificación de objetivos
 - 11.2.2.- Sugerencias de mejora
 - 11.2.3.- Iniciativas a implementar

- 9.3.- VALORACIÓN
 - 11.3.- Valoración general



METODOLOGÍA

Talleres teóricos - prácticos de 3 h. Talleres on-line 2 h.

En los talleres se expondrán ejemplos y se aplicarán los conceptos expuestos. Se trabajará especialmente en los casos particulares de cada participante para que pueda ser utilizado de forma inmediata.

Se entregará un dossier teórico y práctico a cada asistente, donde se incluirán ejercicios y documentación complementaria para su consulta posterior.

Máximo número de asistentes: **10**.



DATOS DEL PROFESOR:



Agustín Castejón Chaler

Ctra. San Mateo, 11

12580-BENICARLO (Castellón)

<https://www.linkedin.com/in/agustincastejon/>

tel: 626890582

