

# LA OPTIMIZACIÓN DE LOS EQUIPOS COMERCIALES

**GLOBAL\_**  
**THINKING**  
GLOBAL LEADERS\_

**SEMINARIO PROFESIONAL – 16 h.**

**FORMATO: Presencial**

**ÁREA: Ventas**

## OBJETIVOS

- » Evitar la improductividad de los equipos comerciales mediante nuevas fórmulas de dirección.
- » Impedir despilfarros y pérdidas en la formación del personal comercial.
- » Descubrir errores de costes irreversibles en la selección del personal comercial.
- » Diseñar estrategias que eviten seguir perdiendo oportunidades comerciales.
- » Implantar un plan para reciclar a los comerciales de bajo o medio rendimiento.

## PROGRAMA - FASES

- » Quien no aprende de los errores está condenado a repetirlos.
  - » ¿Experiencia o rutina?
  - » “Lo que el ojo no ve” en materia de dirección de equipos comerciales.
- » Errores que cuestan caros.
  - » Cómo evitar errores en la selección del personal comercial.
  - » Preguntas para reconocer hábitos comerciales irreversibles.
  - » Cómo gestionar la información obtenida sin influencias. Efecto Halo, Efecto Pigmalión ... y su control.
- » Causas de la improductividad del equipo comercial.
- » ¿Cómo reciclar las actitudes negativas del equipo comercial?
  - » De la gestión correctiva a la gestión preventiva.
  - » ¿Por qué los comerciales tienden a las críticas y a las quejas?: formas de eliminarlas.
  - » Cómo promover juicios que reduzcan el temor o la indiferencia de los comerciales.
- » Una forma diferente de formar a sus comerciales.
  - » Intervenciones ante comerciales negativos y desmotivados.
  - » Entrevistas de choque en casos reiterativos de improductividad.
  - » Diseñar estrategias que eviten seguir perdiendo oportunidades comerciales

## METODOLOGÍA

### **PRESENCIAL:**

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directores Comerciales, Directores de Venta, Jefes de Ventas, Responsables de Equipos de Ventas.

*\*Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*