



Estrategia comercial 360

Dirigido a:
Gerente y emprendedor

Gerentes de ventas, supervisores, jefes de ventas o personas que tengan a su cargo una operación comercial.

Objetivo general. – Presentar una propuesta de un modelo de estrategia comercial integral, que está enfocada a incrementar las ventas desde una perspectiva ejecutiva. Al aplicar los conceptos mencionados en el curso, el participante podrá alinear todo su entorno comercial bajo una metodología profesional probada en empresas de gran éxito en mercado.

Objetivo específicos:

- Identificar la importancia de implementar una cultura corporativa.
- Desarrollar el pensamiento estratégico.
- Conocer estrategias de salida al mercado.
- Identificar la importancia de conocer el producto que vende la empresa.
- La mercadotecnia es un aliado de las ventas.
- Sensibilizar al asistente en la importancia de tener una cultura de satisfacción del cliente.

Algunos cuestionamientos que busca responder este taller

- 1.- ¿Por qué es necesario planear?
- 2.- ¿Qué beneficio tengo al tener una estrategia de ventas bien planteada?
- 3.- ¿Por qué es importante conocer mi producto'?
- 4.- ¿Conozco el mercado donde compito?
- 5.- ¿Conozco a mis principales competidores?
- 6.- ¿Tengo la participación de mercado que quiero?
- 7.- ¿Estoy dirigiendo bien mi operación comercial?
- 8.- ¿Sí me estoy preocupando por mi cliente?

Temas y subtemas	Objetivos específicos.
<p>1.- Introducción. 1.1.- El pensamiento estratégico. 1.2.- Habilidades organizacionales. 1.3.- Importancia de la planeación estratégica. 1.4.- Función de la planeación estratégica.</p>	<p>Iniciar al participante en el conocimiento de la planeación estratégica mediante algunos conceptos que le hagan sentido para interesarse en el tema y de esta forma quiera aprender la metodología.</p>
<p>2.- Etapas de la planeación estratégica. 2.1.- Fase filosófica. 2.1.1- La misión. 2.1.2- La visión 2.1.3- Los valores. 2.1.4- Las políticas.</p>	<p>Que el asistente conozca el contenido de las fases a desarrollar en el ejercicio de la planeación estratégica para que lo aplique de forma práctica en su organización. Entenderá la importancia que tiene aplicar la fase filosófica como un vector que alineara a la empresa.</p>
<p>2.2.- Fase analítica. 2.2.1- Definición de los objetivos estratégicos. 2.2.2.- Análisis organizacional. 2.2.3.- Análisis del macro entorno externo. 2.2.4.- Análisis del macro entorno interno. 2.2.5.- Análisis del micro entorno. 2.2.6.- Análisis FODA.</p>	<p>El asistente en esta fase el asistente, utilizara tres tipos e pensamiento; el pensamiento analítico, el crítico y el creativo para que a través de su capacidad de análisis identifique que le afecta a su organización y establezca sus factores críticos de éxito que lo llevaran a desarrollar su plan estratégico de manera exitosa.</p>
<p>2.3.- Estrategias. 2.3.1.- Definición y formulación de las estrategias. 2.3.2.- Tipos de estrategias</p>	<p>En esta fase el participante conocerá las estrategias genéricas de planeación estratégica que le servirán de base para desarrollar sus cursos de acción.</p>
<p>3.- Fase operativa. 3.1.- El plan de acción. 3.2.- El presupuesto.</p>	<p>En esta etapa el asistente podrá realizar un ejercicio práctico de un plan de acción donde desplegará las estrategias corporativas determinadas durante el ejercicio de planeación.</p>
<p>4.- Planeación operacional. 4.1.- El plan de acción. 4.2.- Las metas. 4.3.- Las estrategias. 4.4.- Los objetivos. 4.5.- Las tácticas.</p>	<p>El participante conocerá un modelo de plan de acción operativo al detalle, que lo llevará a diferenciar de lo que es un plan estratégico. Mediante este ejercicio diferenciara claramente los conceptos que integran el plan de acción operativo.</p>
<p>5. La satisfacción del cliente. 5.1.- Estrategia para lograr la satisfacción del cliente.</p>	<p>Ponderar la importancia de tener una cultura de cuidado y satisfacción al cliente como un objetivo estratégico de la organización.</p>



Carga horaria. – Este curso será impartido en dos sesiones de 4 horas cada una, en dos días seguidos.

Beneficios. – Al terminar el taller el asistente se llevará un conocimiento básico que le permitirá valorar la importancia que tiene el generar los reportes contables básicos que debe tener cualquier negocio. Será capaz de interpretar la información financiera para medir de manera permanente el funcionamiento financiero de su negocio.