

E X E C U T I V E E D U C A T I O N

# PSDV

PROGRAMA SUPERIOR DE **DIRECCIÓN DE VENTAS**



BUSINESS&MARKETINGSCHOOL



ESIC, BUSINESS & MARKETING SCHOOL,  
CONSCIENTE DE LA IMPORTANCIA DE LA FUNCIÓN COMERCIAL,  
ASUME EL RETO DE FORMAR DIRECTIVOS COMERCIALES CAPACES DE ENFRENTARSE  
CON ÉXITO A LA CADA VEZ MAYOR EXIGENCIA DE LOS MERCADOS.

En entornos empresariales altamente competitivos como los actuales, la dirección de los equipos comerciales acapara el protagonismo de la gestión, dado que el resultado de su trabajo es el que incide, en mayor medida, en las cuentas de resultados de las compañías. La Dirección Comercial ha de innovar, planificar, organizar, supervisar y dirigir la actividad de la fuerza de ventas, para conseguir los objetivos empresariales que garantizan la proyección de la compañía a medio y largo plazo.

El profesional comercial se ha convertido en un gestor de negocios y ha de disponer de capacidad analítica y de gestión. El conocimiento y el nivel de exigencia de los clientes obliga a gestionar desde la estrategia, la planificación, la comunicación y los resultados, para establecer relaciones fuertes y duraderas con el cliente desde la óptica del mutuo beneficio y enfocando la gestión comercial desde una visión global de empresa.

Este programa se ha diseñado para cualificar a profesionales que respondan con garantías a las exigencias de mercados más competitivos y dinámicos, y a la creciente demanda de directivos comerciales, basándonos en los siguientes **factores clave**:

1. **Competencias** estratégicas y directivas.
2. **Organización** ágil y flexible de estructuras comerciales.
3. Capacitación en análisis y **toma de decisiones** económico-financieras.
4. **Liderazgo** de equipos.
5. Gestión de clientes a través de fidelización y **creación de valor**.



## ¿Qué nos distingue?

**Experiencia** acumulada por ESIC en formación “in company” en el ámbito de la dirección y gestión comercial formando a más de 8.000 profesionales para más de 150 empresas de primer nivel y que actualmente ocupan diferentes puestos dentro de la dirección comercial.

**Cuadro de profesores** constituido por profesionales de la formación, la consultoría y la dirección comercial y de ventas que integran la experiencia y la docencia para la aplicación práctica del programa.

**Nuestra metodología** de programa está basada en una fuerte aportación conceptual soportada y desarrollada a través de ejercicios, simulaciones y casos prácticos reales de actualidad.

**Resultados:** con el desarrollo de un proyecto final de diseño y elaboración de un plan de ventas, que ha de presentarse ante un tribunal compuesto por la dirección académica de ESIC y un equipo de directores comerciales y de marketing.

### Dirigido a:

- Gestores y responsables comerciales con alto potencial que desarrollen su actividad en:
  - La gestión de un territorio, zona o región.
  - La gestión de canales directos o indirectos.
  - La gestión de clientes en mercados de consumo, servicios o industriales.
  - La gestión de grandes cuentas, PYMES o mercados residenciales.
  - La gestión de servicios post-venta.

### Beneficios del programa:

1. Capacitación técnica y desarrollo de habilidades para dirigir equipos comerciales.
2. Actualización y consolidación del marco teórico-práctico.
3. Aplicación inmediata en el puesto de trabajo de las técnicas, herramientas y habilidades desarrolladas.
4. Asimilación y utilización práctica de documentos y soportes operativos.
5. Enriquecimiento por el intercambio de experiencias con otros profesionales.
6. Programa compatible con la actividad profesional de los asistentes.

**Duración:** 180 horas lectivas. El programa se impartirá en 18 fines de semana durante 5 meses, incluyendo la sesión de tribunal para la evaluación de proyectos finales.

**Horario:** Viernes tarde y sábados mañana.

### Objetivos del programa



**A**portar a los asistentes una visión global de la dirección de ventas trabajando las diferentes estrategias empresariales que afectan al área.



**F**ormar a los asistentes en el diagnóstico, creación y desarrollo de equipos de venta eficientes conforme a los mercados y evolución de la empresa actual.



**T**rabajar con los asistentes las diferentes técnicas y herramientas que les permitan elaborar un plan de ventas integral acorde con los objetivos y estrategias empresariales.



**G**estionar los elementos clave de la función de ventas que se concretan en la cuenta de resultados de la empresa.



**P**otenciar su rol directivo en la organización comercial.

### Metodología de trabajo

El método integra aportaciones teóricas, resolución de ejercicios y casos prácticos, exposiciones y análisis de experiencias empresariales reales (30% aportaciones teóricas + 70% prácticas).

#### Herramientas:

- Documentación, notas técnicas sobre el contenido de cada módulo y lecturas complementarias.
- Resolución de ejercicios individuales y en grupos reducidos.
- Exposición de situaciones reales y de actualidad para debate en aula.
- Resolución de casos prácticos con exposición de los mismos.
- Análisis de experiencias en diferentes sectores de actividad.
- Colección de libros de apoyo y consulta.

#### Evaluación:

Individual: Valoración de los ejercicios.

Participación en aula y en los trabajos en equipo.

Grupal: Resolución de casos por módulo.

Presentación del plan de ventas ante un tribunal examinador.

**EL ÁREA COMERCIAL EN LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA** módulo 01 20 horas

- Marketing y/o ventas: un objetivo común
- Estrategias empresariales y comerciales: *posicionamiento y estrategias sostenidas*
- Análisis de los mercados y segmentación
- La estructura comercial como respuesta a los mercados
- La dirección de ventas y sus componentes
- Las redes de ventas propias y ajenas
- Los elementos clave de la función de ventas: *distribución, clientes, precios y servicio postventa*
- Micromarketing, marketing relacional y ventas

- módulo 02 35 horas
- LA DIRECCIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS**
- La planificación de ventas como instrumento operativo del plan de marketing
  - Dirigir equipos de ventas: *Las funciones y los puestos.*
  - *Perfiles actuales y futuros, y adecuación de personas a los puestos: las capacidades necesarias*
  - *El proceso de selección e integración: Reclutamiento, selección, evaluación y formación*
  - *El manual de ventas*
  - *El plan de carrera en ventas*
  - *Sistemas de motivación y animación*
  - *Sistemas de retribución: fijo, variable e incentivos*
  - *La madurez del equipo de ventas: rotación, retención y delegación*
  - *La evaluación y el seguimiento de la red de ventas*

- módulo 03 15 horas
- MODELOS DE VENTA POR SECTOR DE ACTIVIDAD**
- Las estructuras de los sectores y la organización de ventas: *Los clientes y la red de ventas*
  - El itinerario de relación de los clientes con la empresa
  - Planificar la red de ventas actual y a medio plazo
  - La gestión de clientes (gran consumo, productos industriales y servicios)
  - Gestión y fidelización de clientes
  - El punto de venta: confluencia de intereses, de marketing y ventas

- módulo 04 15 horas
- PREVISIÓN DE VENTAS Y FIJACIÓN DE OBJETIVOS**
- Los métodos de previsión y su utilidad
  - El papel de la red de ventas en la investigación de los mercados
  - Análisis de canales de distribución, zonas de ventas, productos y clientes
  - El sistema de fijación de objetivos de venta: *Coherencia de objetivos empresariales, comerciales y de venta*
  - *Objetivos de venta y participación*
  - La cuota de ventas y su fijación: *Cuotas de actividad*
  - *Cuotas de volumen y rentabilidad*
  - *Cuotas de participación*
  - *Cuotas económicas y financieras*
  - *La estacionalidad y las cuotas*



15 horas

## módulo 05

### EL MARKETING EN LA DIRECCIÓN DE VENTAS

- Herramientas para la gestión de los clientes directos  
El papel de la dirección de ventas  
El sistema de explotación de la información y la planificación  
*Estrategias de marketing relacional y modelos CRM*
- Herramientas para dinamizar los canales de distribución  
Las actuaciones sobre la organización de los distribuidores y sus redes de ventas  
El marketing en los puntos de venta: atracción, rentabilidad y retención de clientes (la gestión por categorías)

20 horas

## módulo 06

### LA GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE LA DIRECCIÓN DE VENTAS

- Las masas patrimoniales y la cuenta de resultados
- La estructura de ingresos y las cuentas clave
- La estructura de costes y de gastos
- Producción y productividad en las ventas
- El impacto de los objetivos, las decisiones y la gestión comercial en la estructura económico-financiera de la empresa

30 horas

## módulo 07

### LAS HABILIDADES DEL DIRECTOR DE VENTAS

- El papel del director de ventas como negociador:  
*Con clientes*  
*Con la red de ventas*  
*Con la organización empresarial*
- El director de ventas como formador:  
*Formador de formadores*  
*Formador en el puesto (coaching)*
- El liderazgo del director de ventas:  
*Su papel como líder*  
*Integración de equipos*  
*Técnicas de reuniones de ventas*
- Presentaciones eficaces:  
*Definición de objetivos y tipos de presentaciones*  
*La estructura de las presentaciones*

30 horas

## módulo 08

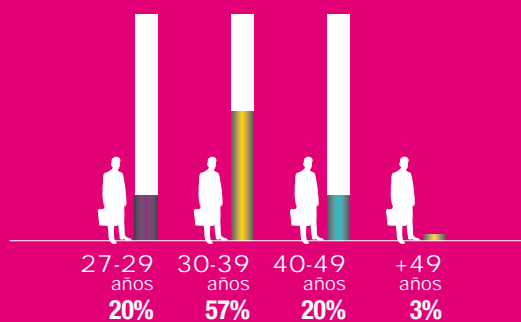
### EL PLAN DE VENTAS

- La integración de los planes como sistema:  
plan de empresa, plan de marketing y plan de ventas
- Descripción y análisis de la situación en ventas:  
especial atención a mercado y zonas de alto y bajo rendimiento
- Fijación de objetivos de ventas y coherencia con los objetivos de marketing
- Los medios disponibles y la adecuación de los objetivos de venta y presupuestos
- Programación de objetivos, cuotas y presupuestos detallados (canales, distribuidores y clientes clave)
- Distribución de objetivos por unidades de actividad comercial (regiones, zonas, rutas y vendedores)
- El sistema de información y control de las ventas:  
Cuadros de mando  
Medidas correctoras y planes de contingencia

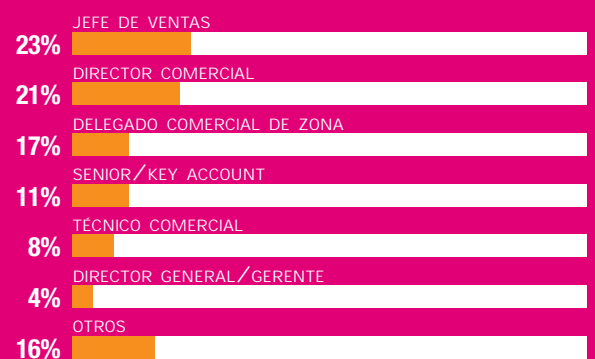
## algunos profesores del claustro

<b>Cadenas Liñeira, Luis</b>	Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Licenciado en Administración de Empresas, Universidad de LINCOLNSHIRE & HUMBERSIDE. Graduado en Comunicación Eficaz y Relaciones Humanas, FDC. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: EXCELENCIA, S.A., Consultor-Director. BANCO SABADELL, Adjunto a Dirección. Entre otros.
<b>Caneda Schad, Arturo</b>	Licenciado en Sociología, Universidad Complutense. Diplomado en Telecomunicaciones, American Teleprocessing Corp. Máster en Comunicación y Dinámica de Grupos, Foundation of Feedback Learning, N.Y. Diplomado en Metodología de Formación, Experiencial Learning Eurosite. Profesor Certificado en Venta Estratégica de Alto Rendimiento, Global Sales School of IBM, UK. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Door-Training, Socio Consultor. Director Gerente, Tea-Cegos. Entre otros.
<b>Ferradás González, Jesús</b>	Ingeniero Agrónomo y Técnico Agrícola, Universidad de Lugo. Programa de Formación Superior en Trade Marketing, CESMA. Máster en Marketing, CESMA. Actualmente: Presidente de OPTIMER y Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: SAPROGAL-CONAGRA, Director de Franquicia. Gallina Blanca Purina, Director General.
<b>García Lorenzo, Ricardo</b>	Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras, Universidad Complutense de Madrid. Especialización en Dirección Comercial y Marketing, Universidad Complutense de Madrid. PDD Dirección de Empresa, IESE. Major Business & Management, Ohio State University. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Grupo Vc. Cirsá, Director de Operaciones y Desarrollo. Grupo Deutsche Bank, Departamento de Finanzas e Inversiones.
<b>González Galán, Javier</b>	Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Analista Económico Financiero, ESITE. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Seritemp, Director Comercial, Argentina. R.A.C.E., Gerente Regional. Banco Sabadell, Gerente de Cuentas.
<b>González Pastor, Doroteo</b>	Licenciado en Ciencias Empresariales, Especialidad Gestión Comercial y Marketing. Máster en Marketing y Comunicación. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. NQA GLOBAL ASSURANCE, Director General. GRUPO HADAS, Socio consultor. CADENA SER, Colaborador de opinión. Anteriormente: INFOTELEC, Director de Marketing. Entre otros.
<b>Molina Acebo, Javier</b>	Licenciado en Dirección y Administración de Empresas, University of Lincolnshire & Humberside. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Diplomado en Investigación de Mercados, AEDEMO. Programa de Desarrollo de Directivos, France Telecom. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Broadnet, Grupo ACS, Director Comercial. Central Sales Director, Lince Telecomunicaciones. Grupo France Telecom, Jefe de Ventas. Co-Autor del libro "El Plan de Ventas", Editorial ESIC.
<b>Pérez Jiménez, Ignacio</b>	Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid. Censor Jurado de Cuentas por Oposición. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: COMUNITEL, Country Manager. GRUPO INI, Director de Planificación, Inversiones y Control. GRUPO IBERIA, Director Financiero. EMPRESA NACIONAL BAZAN, Director de Planificación y Control. ARTHUR ANDERSEN, Auditor Senior. Entre otros.
<b>Piérola, Fernando</b>	Licenciado en Psicología, Universidad de Salamanca. MBA, PDD, IESE. MBA in Company, Zurich España, EVADE. Máster en Dirección de Recursos Humanos, ICADE. Máster en Modificación de Conducta, CINTEGO. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Cámara de Comercio de Salamanca, Director General. Hachette Filipacchi, Director de RR.HH. Workcenter, Director de RR.HH. Caudal Seguros-Grupo Zurich, Director de RR.HH.
<b>Temíño Aguirre, Ignacio</b>	Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Rey Juan Carlos. PDG, IESE. PDD, INSEAD/EUROFORUM. Consultor-formador, experto en mercado hipotecario, medios de pago y e-commerce del área de Executive Education, ESIC. Anteriormente: BBVA, Director de e-distribución y Director Comercial de e-commerce. Argentaria, Director de Relaciones Institucionales.

## perfil de asistentes al programa



PERFIL DE ASISTENTES POR EDADES



PERFIL DE ASISTENTES POR CARGOS

## algunas de las empresas que han confiado en el programa

3M ESPAÑA • A&M ELECTRIC TOOLS • ABC PRENSA ESPAÑOLA • ACCOR HOTELES • ADECCO • adidas ESPAÑA • ALTADIS • AUTOMÓVILES CITROËN • ASISA • AVENTIS PHARMA • BANCO GALLEGGO • BANCO PASTOR • BERLYS ALIMENTACIÓN • BIOTECH FARMACEUTICA • BODEGAS BARBADILLO • BODEGAS PRÍNCIPE DE VIANA • BONDUELLE • BRITISH GAS • CADBURY SCHWEPPEES • CAJAMAR • CAJA RURAL DE NAVARRA • CASBEGA • CEPESA LUBRICANTES • CERVEZAS DAMM • CISCO SYSTEMS • COMERCIAL DE EDICIONES SM • CORREOS Y TELÉGRAFOS • COSENTINO • COSTA BALLENA CLUB DE GOLF • DECATHLON ESPAÑA • DIARIO DE NAVARRA • DISTRANSA • EDITORIAL ARANZADI • EL CORREO • EL CORTE INGLÉS • ELECTROLUX • EROSKI • EUROPE ASSISTANCE • EUROPCAR • EUROVINDEX • FAGOR • FICHET SISTEMAS Y SERVICIOS • FONTVELLA • GALP • GAS NATURAL • GENERAL MOTORS ESPAÑA • GENERAL ÓPTICA • GRUPO CERVEZAS ALHAMBRA • GRUPO COSENTINO • GRUPO EDITORIAL BRUÑO • GRUPO URALITA • HEINZ IBÉRICA • HIDRO CANTÁBRICO ENERGÍA • HILTI ESPAÑOLA • HP • IMPERIAL TOBACCO • ING NATIONALE NEDERLANDEN • JAZZTEL • JOHNSONS & JOHNSONS • LG Electronics • L'OREAL • LAB. UNITEX-HARTMANN • LABORATORIOS CINFA • LABORATORIOS PÉREZ GIMÉNEZ • LOCALIA TV • LOEWE • MAPFRE SEGUROS GENERALES • MARÍTIMA VALENCIANA • MERCEDES BENZ ESPAÑA • MERCK FARMA • MICROSOFT IBÉRICA • NECK & NECK • NH HOTELES • NOVARTIS CONSUMER HEALTH • NUTRICARE • OCÉ ESPAÑA • PELAYO • PEOPLE E.T.T. • PERFUMERÍAS ÁLVAREZ GÓMEZ • PERNOD RICARD ESPAÑA • PHILIPS IBÉRICA • PRODUCTOS IMEDIO • PROSEGUR ACTIVA • PUBLIESPAÑA • PULEVA • REALE SEGUROS GENERALES • ROBERT BOSCH • ROYAL CANIN • SABECO • SÁNCHEZ ROMERO • SECURITAS DIRECT • SEGUROS CAJASUR • SEGUROS LA ESTRELLA • SEUR • SHELL ESPAÑA • SIEMENS • SOGECABLE • SOL MELIÁ • SOLUZIONA • SPANAIR • SUN PLANET ESPAÑA • SYSTEMEC • TELYCO • TERRA • TNT EXPRESS WORLDWIDE • TPI • UNICASA INMOBILIARIA • UNIVERSIDAD DE NAVARRA • VODAFONE • XYLAZEL-ZELTIA • YESOS IBÉRICOS

ESTE PROGRAMA SE IMPARTE EN CAMPUS PROPIOS Y EN OTROS, A TRAVÉS DE ACUERDOS DE COLABORACIÓN PARA + INFORMACIÓN:

**EXECUTIVE EDUCATION**

91 744 40 40

executive@esic.es · www.executive.esic.es



**MADRID** C/Arturo Soria, 161 · 28043 Madrid · tel.: 91 744 40 40 **BARCELONA** ESIC-ISM Santaló, 36 Edifici "Las Américas" · 08021 Barcelona · tel.: 93 414 44 44 **VALENCIA** Avda. de Blasco Ibáñez, 55 · 46021 Valencia · tel.: 96 361 48 11 **NAVARRA** ESIC-Club de Marketing de Navarra · Avda. Anaitasuna, s/n · 31192 Mutilva Alta (Navarra) · tel.: 948 29 01 55 **ZARAGOZA** Vía Ibérica, 28-34 · 50012 Zaragoza · tel.: 976 35 07 14 **SEVILLA** Edificio de la Prensa · Avda. Carlos III, s/n · 41092 Isla de la Cartuja (Sevilla) · tel.: 95 446 00 03 **MURCIA** Don Juan de Borbón, 28 · 30007 Murcia · tel.: 968 27 13 91 **BILBAO** Cámara de Comercio de Bilbao Alameda Recalde, 50 · 48008 Bilbao · tel.: 94 470 24 86 **GRANADA** ESIC-Escuela Internacional de Gerencia · Eduardo Molina Fajardo, 20 · 18014 Granada · tel.: 958 22 29 14 **MÁLAGA** CAJAMAR PARQUE TECNOLÓGICO DE ANDALUCÍA · Severo Ochoa, 49 · 29590 Campanillas (Málaga) · tel.: 95 202 03 67/69 **A CORUÑA** Alameda, 30-1º · 15003 A Coruña · tel.: 981 21 60 72 **SALAMANCA** Fundación Nido Mariano Rodríguez · Pza. Diego Hurtado de Mendoza, 6 bajo · 37006 Salamanca · tel.: 923 27 24 74

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

