

## CURSO DE ANÁLISIS DE VENTAS Y ESTUDIOS DE MERCADO



### DATOS DEL CURSO

#### OBJETIVOS

- Saber realizar una buena planificación para gestionar las ventas.
- Conocer las fases y tipos de promoción de ventas, y estrategias a seguir.
- Adquirir las consideraciones más importantes a tener en cuenta para cerrar una venta.
- Saber organizar un departamento comercial.
- Aprender a calcular ratios.
- Adquirir los conocimientos necesarios para realizar estudios de mercado y enfocar las ventas, conociendo todas sus fases.

#### DESTINATARIOS

El curso está destinado especialmente al personal de departamentos comerciales y de ventas, además, a empresarios, directivos y a todas aquellas personas que por su desarrollo profesional necesitaran adquirir competencias en esta área.



### PROGRAMA DEL CURSO / CONTENIDOS

- Capítulo 1. Introducción. La importancia de la planificación.
- Capítulo 2. Objetivos de la planificación de ventas.
- Capítulo 3: Previsión de ventas.
- Capítulo 4: La promoción de ventas.
- Capítulo 5: Tipos de promoción de ventas.
- Capítulo 6: Organización de ventas.
- Capítulo 7: El departamento de ventas.
- Capítulo 8: Factores a emplear para motivar al equipo de ventas.
- Capítulo 9: Características necesarias del vendedor.
- Capítulo 10: Consideraciones importantes para las ventas.
- Capítulo 11: Organización comercial.
- Capítulo 12: Resultados y medidas del plan comercial.
- Capítulo 13: Análisis de ratios.
- Capítulo 14: Estudios de mercado para el enfoque de ventas.
- Capítulo 15: Segmentación comercial y otras técnicas de estudios.

### CARGA LECTIVA Y DURACIÓN

El curso tiene una carga lectiva de 40 horas.

### METODOLOGÍA

Teleformación.