



"DETERMINACIÓN DE LAS METAS DE VENTAS"

DIRIGIDO A:

Empresarios, Gerentes y Empleados con interés de mejorar sus procesos venta y comercialización, de pequeñas y medianas empresas.

OBJETIVO GENERAL:

Proporcionar al participante la metodología y las herramientas para el pronóstico y presupuestación de ventas, así como la prospección de clientes, a través de las cuales se construyan y cumplan los objetivos a corto, mediano y largo plazo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Brindar las bases conceptuales y prácticas del pronóstico de ventas, a través de la aplicación de la metodología y herramientas, aplicándose estas últimas en función de las características propias del negocio, de la tendencia, estacionalidad o disponibilidad de información.
- Proporcionar bases y consejos para el desarrollo del presupuesto de ventas, con base en pronósticos, capacidad de satisfacer la demanda con los esfuerzos propios y las inversiones a realizar para motivar la compra.
- Marcar la pauta y consejería para la ejecución eficaz de la prospección.
- Instruir sobre la construcción de objetivos, con base en el perfil SMART.

CONTENIDO:

1. Pronósticos De Ventas

1.1. Métodos de Pronóstico Cuantitativos:

- Método de Regresión Lineal.
- Método de Promedio Móvil Ponderado.
- Método de Ciclicidad o Variación Estacional.
- Método de Suavización Exponencial.

1.2. Métodos de Pronóstico Cualitativo:

- Método Delphi.
- Método de Opinión Ejecutiva.
- Investigación de Mercados.
- Análisis de la Fuerza de Ventas.

1.3. Métodos Mixtos (Cuantitativos-Cualitativos).

2. Fijación De Precios

- Enfoque general de la fijación de precios.
- Objetivos de la fijación de precios.
- Métodos de fijación de precios.
- Estrategias de fijación de precios.

3. Presupuestación

- Presupuesto de ventas.
- Presupuesto de Gastos de Venta.

4. Prospectación De Clientes

- Información centralizada.
- Observación personal.
- De cadena sin fin.
- Centro de influencia.
- De escrutinio en frío puerta a puerta.
- De exposición y demostraciones públicas y privadas.
- Por Medios de Comunicación.

5. Construcción De Los Objetivos A Corto, Mediano Y Largo Plazo.

- Específico.
- Medible.
- Realizable.
- Realista.
- limitado en el Tiempo.
- Por Medios de Comunicación.

HABILIDADES A DESARROLLAR:

- Aplicar las Herramientas de Pronóstico de la Demanda, considerando los aspectos cualitativos y cuantitativos que mejoren las probabilidades de contar con cifras más certeras para la toma de decisiones.
- Comprender las alternativas que existen para la asignación de precios a los productos, así como los aspectos vitales a considerar derivados de la operación y naturaleza del negocio.
- Elaborar un Presupuesto de Ventas, con base en información del entorno actual.
- Desarrollar una Propuesta de Prospectación de clientes, con base en las Técnicas aprendidas.
- Construir los Objetivos básicos para el cumplimiento de objetivos de venta.
- Replicar los Conocimientos Adquiridos al interior de su Empresa.

DURACIÓN: 20 horas