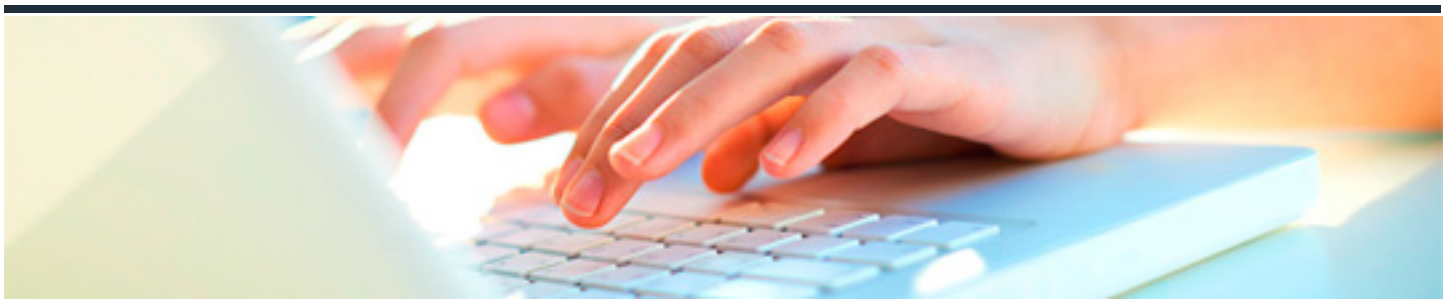
ideados FORMACIÓN



LIDERAZGO COMERCIAL

DURACIÓN: 15 horas

CRÉDITOS ECTS: 0

OBJETIVOS

- Profundizar en los conceptos, características, funciones y habilidades que debe tener un líder o ejecutivo comercial para poder realizar correctamente su trabajo, así como el uso de distintas herramientas que le permitan adquirir las estrategias necesarias.

- Describir otros aspectos relacionados, como la mercadotecnia, la contabilidad de costes, los presupuestos o la administración del tiempo.

PROGRAMA CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

1. 1. Introducción.

1. 2. Administración y liderazgo.

1. 3. La esencia del liderazgo.

2. EL PAPEL DEL LIDER COMERCIAL

2. 1. Funciones del líder.

2.2. Características del líder.

2.3. Estilos de liderazgo.

2.4. Competencias del líder.

2.5. Funciones, actividades y competencias del ejecutivo comercial.

3. PASOS PARA SER UN LIDER COMERCIAL

3.1. El sentido de inmediatez.

3.2. Importancia de las redes sociales para el liderazgo comercial.

3.3. Creación de una red social de clientes.

3.4. Generar triunfos a corto plazo.

4. MPACTO DE LA MERCADOTECNIA EN LA COMERCIALIZACIÓN

4.1. Definición y funciones de mercadotecnia.

4.2. Los mercados.

4.3. Investigación de mercados.

4.4. Cómo mantenerse en el mercado.

4.5. Factores que determinan el tamaño de las ventas.

4.6. Identificación de debilidades y fortalezas.

4.7. Calidad, servicio y volumen de ventas.

5. IMPACTO FINANCIERO DE LAS ACCIONES COMERCIALES

5.1. El lenguaje de los negocios.

5.2. Concepto y definición de costes.

5.3. Los presupuestos y su utilidad.

5.4. Contabilidad de las transacciones comerciales.

5.5. Administración del efectivo.

6. ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO

6.1. Los cuatro enfoques de la administración del tiempo.

6.2. Herramientas para la autoadministración del tiempo.

6.3. La matriz de administración del tiempo.

6.4. Sugerencias prácticas en la administración del tiempo.