



# MODELOS DE DIRECCIÓN, CONTROL Y KPI'S PARA EL ÁREA COMERCIAL

**Un enfoque estratégico del control comercial  
Harvard Case Methodology**

**30 de septiembre y 1 de octubre de 2019 (13 h)**

Día 30, de 9:30 a 14:30 y de 16.00 a 19:00 h

Día 1, de 9:30 a 14:30 h

Sede Feuga . Rúa de Lope Gómez de Marzoa, s/n. Campus Vida  
Santiago de Compostela

Aumentar la fuerza de ventas para vender más ha dejado de ser la solución para incrementar los ingresos.

Hoy en día la clave está en:

- Saber vincular la estrategia de la empresa con la estrategia comercial
- Interpretar como las decisiones comerciales impactan en los KPI's económico financieros
- Realizar previsiones y presupuestos de ventas mediante modelos de regresión y series temporales
- Diseñar un cuadro de mando comercial que permita gestionar y controlar con éxito el proceso comercial
- Medir el rendimiento del equipo comercial mediante indicadores CRM
  - Valorar el tamaño de la fuerza de ventas
- Fundamentos para diseñar equipos de venta de alto rendimiento

**Logre más efectividad comercial, más fidelización y más ventas**

**Aprenda múltiples técnicas, herramientas y modelos para el seguimiento de sus procesos comerciales**

- Simulación de decisiones comerciales y su impacto en P&I, Balance y Cash Flow
- Elaboración de mapas causa – efecto para tomar decisiones comerciales
- Desarrollo de una estrategia comercial basada en el modelo Blue Ocean de Harvard
- Elaboración del mapping de un proceso comercial y diseñar su cuadro de mando
- Desarrollo de un cuadro integral comercial (basado en la metodología BSC de Kaplan y Norton)
- Estrategia CRM: túnel de cliente, MOT
- Gestión del cliente en base al Life Time Value. Modelos y simulación
- Aplicación de las series temporales y regresión para el control, previsión y elaboración de presupuestos comerciales, y del análisis de regresión
- Fundamentos de Neuroventas® para vender más y mejor: integración de la venta consultiva

# PROGRAMA

## MODELOS DE CONTROL DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL. EL CRECIMIENTO COMO PARADIGMA COMPETITIVO. DECISIONES COMERCIALES Y BUSINESS MODELLING

¿Sabemos explicar nuestro modelo de negocio para tomar decisiones comerciales?  
¿Cómo interpretar el efecto financiero en los KPI's clave del negocio?  
¿Cómo valorar decisiones comerciales desde el enfoque estratégico?  
¿Cómo se crea valor para el accionista tomando buenas decisiones desde el área comercial?  
¿Podemos utilizar el Modelo Blue Oceans para tomar decisiones comerciales?  
¿Es útil manejar un vocabulario estratégico desde la óptica comercial?

- Todos los conceptos se trabajan en Excel
- Se incluyen modelos prácticos para la empresa

### Casos prácticos en Excel

## CUADRO DE MANDO COMERCIAL: DE LA VISIÓN FINANCIERA A LA VISIÓN SISTÉMICA DEL PROCESO COMERCIAL. CUADRO DE MANDO INTEGRAL COMERCIAL, CMIC. MÉTRICAS PARA EL CONTROL DEL PROCESO COMERCIAL

¿Cómo elegir el mejor modelo para el control y dirección del área comercial?  
¿Cómo aplicar un modelo de control al proceso comercial?  
¿Cómo aplicar y adaptar el Balanced Scorecard al área comercial?  
¿Cómo elegir la cartera de factores críticos de éxito en el área comercial?  
¿Cómo diseñar indicadores y métricas para el área comercial?

- Discusión de casos reales de control comercial
- Caso práctico de diseño de un cuadro de mando comercial
- Generación de la cartera de KPI's para el controller comercial

### Caso Harvard de CMIC

## MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA EL CONTROL COMERCIAL. TÉCNICAS Y MODELOS PARA EL ANÁLISIS DE RESULTADOS COMERCIALES. ESTABLECIMIENTO DE FUNCIÓN OBJETIVO. MODELOS DE REGRESIÓN PARA LA ESTIMACIÓN DE VENTAS

¿Cómo utilizar técnicas y modelos cuantitativos en Excel en la función de control comercial?  
¿Qué técnicas elegir? ¿Qué ventajas proporcionan?  
¿Cómo aplicar las técnicas cuantitativas para la estimación?

¿Cómo trabajar modelos de regresión en el control comercial?  
¿Qué simulaciones y escenarios puedo crear para la decisión comercial?  
¿Cómo puedo integrar estas técnicas en mi cuadro de mando comercial?

- Discusión de casos reales de previsión comercial
- Caso práctico de utilización de las técnicas de previsión y elaboración presupuestaria
- Casos en Excel

### Casos prácticos en Excel. Simulaciones

## LA GESTIÓN DEL CLIENTE COMO ASPECTO ESTRÁTÉGICO PARA EL CONTROL COMERCIAL. LA VISIÓN ESTRÁTÉGICA DEL CLIENTE. QUÉ ES UNA ESTRATEGIA CRM. ELEMENTOS CLAVE DE UNA ESTRATEGIA CX (CUSTOMER EXPERIENCE). FUNDAMENTOS DE CUSTOMER INTELLIGENCE

¿Cómo realizar un planteamiento estratégico del cliente?  
¿Cómo ver al cliente como activo? Métricas clave  
¿Cómo desarrollar una estrategia CRM? Dónde no puedes fallar  
¿Qué diferencias hay entre CRM y CX. Cómo utilizar el Túnel de Cliente y los MOT?  
¿Qué es el Customer Intelligence y cómo utilizarlo?  
¿Cómo aplicar conceptos financieros en el CRM?

- Desarrollo de modelos en Excel sobre los anteriores conceptos
- Desarrollo de un mapping del proceso comercial en la implantación del CRM

## NEUROVENTAS® PARA VENDER MÁS Y MEJOR: INTEGRACIÓN EN LA VENTA CONSULTIVA. ENTENDER LA VENTA EMOCIONAL COMO ASPECTO CLAVE EN LA VENTA RACIONAL

¿Por qué es clave entender Neuroventas® para mejorar la eficiencia comercial?  
¿Cómo aplicar principios de Neuromarketing para mejorar las ventas?  
¿Cómo puedo aplicar las técnicas de Neuroventas® en mi equipo comercial?  
¿Cómo cambiar las conductas para la venta?  
¿Qué "Commercial Talent Skills" debo desarrollar para vender más y mejor?  
¿Cómo afecta la Neuroventa® al proceso de venta consultiva?

- Desarrollo de la matriz de Commercial Talent Skills para la venta emocional
- Cómo crear modelos para Neuroventas®
- Aplicación práctica

# OBJETIVOS

Descubrir, entender y aplicar las múltiples herramientas, técnicas, modelos y metodologías al alcance del Controller Comercial para conseguir una

GESTIÓN Y CONTROL EFICAZ DEL ÁREA COMERCIAL

## **DIRIGIDO A**

- Director comercial
- Director de ventas
- Director de marketing
- Key Account Manager
- Controller
- Controller comercial
- Administración comercial
- Directivos de otras áreas
- Product Manager
- Gerentes de pymes

Y a todos aquellos otros profesionales que quieran entender el proceso y la estrategia comercial desde una perspectiva holística y sistemática.

Un programa único para emprendedores que están creando su empresa y necesitan implantar desde el comienzo de su actividad modelos y técnicas para garantizar el crecimiento rentable.

## **METODOLOGÍA**

Se utilizará la discusión de casos reales, la presentación de ejemplos y la resolución de casos prácticos para conseguir una mejor asimilación de la batería de herramientas presentadas. Además se realizarán simulaciones y los asistentes tendrán la oportunidad de participar activamente.

**La formación incluye la realización de dos casos de Harvard BS.**

## **NOTA**

Los asistentes tendrán que asistir a la formación con ordenador portátil y tener cargado en la versión Excel el complemento que posibilite el análisis de datos. Normalmente se carga desde Opciones – Complementos.

Si no dispone de ordenador, póngase en contacto con nosotros e intentaremos proveerle de uno.

## **PONENTE**

### **MIGUEL ARJONA TORRES**

Director del Instituto de Innovación y Estrategia Aplicada ([www.innostrat.es](http://www.innostrat.es)).

Consultor del IMW y consejero de la FGC.

Profesor de Universidad Pontificia Comillas ICAI – ICADE y de ICADE BS.

Profesor de la ETSII. Politécnica de Madrid.

Profesor de ESIC y de La Salle IGS.

Profesor en MADS – Universidad Pompeu Fabra – FGC.

Profesor del Tecnológico de Monterrey y de la Pacífico de Lima (Perú).

Profesor colaborador en diferentes escuelas de negocios y centros de formación en España, Perú y México.

Empezó su carrera profesional como director financiero en Viajes Marsans Buenos Aires (Argentina). Posteriormente ha ocupado puestos de dirección del área comercial en el Grupo AIG, BBVA, Cigna y Sanitas. Ha sido senior manager de consultoría en PriceWaterhouse Coopers y Ernst&Young. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid, que posteriormente completa con la especialidad de Actuariales. Master en Corporate Finance IOF. Doctorando en Dirección Estratégica UCLM. Autor y coautor de varias publicaciones sobre dirección y planificación estratégica, marketing y dirección comercial, gestión clínica, BSC e innovación de gestión, etc. Sus últimas publicaciones han sido: "La estrategia expresionista. Un enfoque práctico de la dirección estratégica". Ed. Díaz de Santos 2013. "Gestión Clínica. Vías de Avance" Ed. Pirámide 2014. (Coautor).

Conferenciante en diferentes foros y articulista en Dirigentes Digital, entre otras publicaciones.

# **MODELOS DE DIRECCIÓN, CONTROL Y KPI'S PARA EL ÁREA COMERCIAL**

Nombre y apellidos: .....  
DNI: .....

Empresa / Institución: .....  
CIF: ..... Cargo: .....

Sector / Actividad: .....

Dirección: .....

Localidad: .....

Provincia: ..... C.P: .....

Teléfono: ..... Fax: .....

Correo electrónico: .....

Autorizo expresamente el envío de información  La Fundación Empresa – Universidad Gallega es la responsable del tratamiento de los datos personales proporcionados bajo su consentimiento y le informa que estos datos serán tratados de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos (UE) 2016/679 de 27 de abril de 2016 (GDPR) y demás normas que puedan resultar de aplicación, con una finalidad de remitir comunicaciones electrónicas de contenido formativo. Los datos serán conservados durante el tiempo necesario para atender dicha finalidad no siendo cedidos a terceros, en el momento en que dejen de ser necesarios para tal fin se suprimirán adoptando para ello las medidas de seguridad que garantizan la seudonimización o destrucción total de los mismos. El usuario garantiza que los datos aportados son verdaderos, exactos, completos y actualizados, siendo responsable de cualquier daño o perjuicio, directo o indirecto, que pudiera ocasionarse como consecuencia del incumplimiento de tal obligación. El usuario podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación, limitación en el tratamiento, oposición y portabilidad de los datos para lo que deberá dirigir una comunicación por escrito a la empresa (feuga@feuga.es / Rúa Lope Gómez de Marzoa s/n Campus Vida 15705 Santiago de Compostela), adjuntando copia del documento acreditativo de su identidad, y concretando el derecho o derechos que desea ejercer



## **IMPORTE**

### **Matrícula**

**395 €** | Incluye la documentación, cafés y certificado. Disponibilidad de aparcamiento gratuito.

### **Descuentos**

**Socios y CEDE FEUGA** 10% en todos los cursos.

**Demás interesados** 10% Tercera inscripción y sucesivas para el mismo curso de la misma empresa | 5% Inscripciones anticipadas (hasta 15 días antes de la fecha de inicio). Los descuentos no son acumulables.

## **MATRÍCULA**

### **Inscripción**

Pueden inscribirse a los cursos en [www.feuga.es](http://www.feuga.es) (sección Cursos de formación, jornadas y eventos) o enviando el boletín de inscripción cumplimentado a la dirección de correo electrónico [feugaformacion@feuga.es](mailto:feugaformacion@feuga.es) o al número de fax +34 981 524 351

### **Formalización de la matrícula**

Para formalizar la inscripción será necesario realizar el pago del curso antes de la fecha límite de inscripción. Aquellas empresas que no puedan cumplir con este requisito deberán contactar con el área de formación para estudiar su casuística particular.

La confirmación de la actividad se realizará una vez finalizado el plazo de inscripción.

En el caso de que se produzcan bajas con posterioridad a dicha confirmación, el importe de matrícula quedará en depósito para futuros cursos. De producirse con anterioridad, se procederá a su devolución. Lo mismo ocurrirá cuando FEUGA se vea obligada a cancelar o posponer un curso.

En caso de indisponibilidad de la persona inscrita, la empresa podrá sustituirla en cualquier momento, previo aviso al área de formación de FEUGA.

### **Fecha límite de inscripción**

23 de septiembre de 2019

**Consúltenos si esta formación puede ser bonificada con los fondos de la Fundación Tripartita por alguno de los siguientes medios: 981. 534. 180 Ext. 120 / [feugaformacion@feuga.es](mailto:feugaformacion@feuga.es)**

## **FORMA DE PAGO**

Cheque o transferencia bancaria a favor de FEUGA

**Entidad:**BANCO SABADELL GALLEGO | **Nº de cuenta:** ES10 0081 5363 2500 0109 7315 / BSAB ESBB

**Importante enviar copia del justificante de pago antes de la fecha de inicio del curso**

**Por fax +34 981 524 454 | Por correo electrónico [feugaformacion@feuga.es](mailto:feugaformacion@feuga.es)**

[www.feuga.es](http://www.feuga.es)  
Búscalos en...



### **SEDE FEUGA**

Rúa Lope Gómez de Marzoa s/n  
Campus Vida | 15705 Santiago de Compostela  
T.+34 981 534 180 | F.+34 981 524 351

### **OFICINAS FEUGA**

Área comercial, local A-9  
Campus Universitario | 36310 Vigo  
T. +34 986 469 110 | F. +34 986 469 158

Almirante Lángara, s/n  
Campus Riazor I 15011 A Coruña  
T. +34 981 250 903 | F. +34 981 524 351

