

Segunda edición

Gerencia de ventas

Sea un animador de sus vendedores



ECOE
EDICIONES

Jorge Eliécer Prieto Herrera

Jorge Eliécer Prieto Herrera

Escritor colombiano con estudios superiores en Administración de Empresas y posgrados en: marketing y punto de venta, proyectos de desarrollo, metodología docente universitaria, gerencia de recursos humanos, comunicación organizacional, gestión de negocios internacionales, innovación curricular, liderazgo personal y corporativo, gerencia de ventas, marketing político, gerencia de calidad, didáctica de la educación superior, merchandising y publicidad, currículo y didáctica, gerencia del servicio, marketing electrónico y Magíster en Docencia.

Capacitador y motivador profesional, conferencista nacional e internacional, docente universitario, asesor de empresas y consultor organizacional. Asimismo, colabora con periódicos y revistas en la elaboración de artículos relacionados con administración, docencia, gerencia, marketing, ventas, emprendimiento, merchandising y calidad en el servicio. Director y presentador de programas de televisión con énfasis en la academia, creación de empresas, proyectos de inversión y gestión comunitaria.

Autor de *Las ventas: una profesión para gente superior*; *Los proyectos: enfoque gerencial*; *Gerencia del Servicio*; *Merchandising: la seducción en el punto de venta*; *Investigación de Mercados* y *Gerencia de Ventas* (ECO Ediciones).

Gerencia de ventas

Sea un animador de sus vendedores
Segunda edición

Jorge Eliécer Prieto Herrera

Contenido

Animaciones	VII
------------------------------	-----

Presentación	IX
-------------------------------	----

Unidad 1: El mundo del mercadeo

1. La globalización del mercadeo	3
2. Enfoques del marketing	7
3. La administración del mercadeo	9
4. La nueva competencia	17
5. El paradigma de la crisis	23
6. Plan de mercadeo	25
7. La sinergia del marketing	34
Primera Lectura gerencial: "La desinformación"	36
Primer ejercicio gerencial	38
Primer Estudio de Caso	39

Unidad 2: El animador de vendedores

1. El gerente de ventas: un agente de cambio	43
2. El trabajo del gerente de ventas	45
3. Las decisiones del gerente de ventas	47

4.	Las capacidades gerenciales en ventas	55
5.	El gerente de ventas: el primer vendedor de la empresa . . .	57
6.	Los autos del animador de vendedores	60
7.	Los siete pecados del gerente de ventas	63
	Segunda lectura gerencial "El humilde pescador"	65
	Segundo ejercicio de avance gerencial.	67
	Segundo estudio de caso	71

Unidad 3: La animación de vendedores

1.	Gerencia de ventas en la empresa	75
2.	Planeación de ventas	78
3.	Organización de ventas	92
4.	Dirección de la fuerza vendedora	106
5.	Evaluación de vendedores	134
6.	Retroalimentación en la gerencia de ventas.	141
7.	Tendencias en el marketing	147
	Tercera lectura gerencial	
	"Nuestros temores pueden ser imaginarios"	151
	Tercer ejercicio de avance gerencial	151
	Tercer estudio de caso	154

Bibliografía	157
-------------------------------	-----

Listado de animaciones

Animación 1.	Los grandes cambios.	6
Animación 2.	Concepto de marketing..	7
Animación 3.	Marketing estratégico y marketing operacional.	8
Animación 4.	Planeación del marketing.	11
Animación 5.	Competencias del marketing..	12
Animación 6.	Los costos en la rentabilidad..	15
Animación 7.	Métodos de análisis de la productividad	16
Animación 8.	La pirámide estratégica del mercadeo.	17
Animación 9.	La escalera de la lealtad en el marketing.	19
Animación 10.	Las fuerzas de la competencia.	21
Animación 11.	Enfoques de la ventaja competitiva.	22
Animación 12.	La cultura de la productividad.	22
Animación 13.	Plan de mercadeo empresarial..	26
Animación 14.	Enfoques del Plan de mercadeo empresarial.	27
Animación 15.	Plan, estrategia y programas de mercadeo.	31
Animación 16.	Programas de producto	32
Animación 17.	Programas de precios..	32
Animación 18.	Programas de distribución.	33
Animación 19.	Programas de promoción..	33
Animación 20.	Sinergia en el marketing.	34
Animación 21.	Las preguntas del gerente de ventas..	44
Animación 22.	Las decisiones del gerente de ventas..	48
Animación 23.	Proceso de toma de decisiones.	49

Animación 24.	Matriz de Decisiones Estratégicas.	50
Animación 25.	La capacidad gerencial en las ventas.	56
Animación 26.	Los autos del animador de vendedores.	62
Animación 27.	Los siete pecados del gerente de ventas	64
Animación 28.	El proceso de los negocios	75
Animación 29.	Las siete "P" de la Planeación de ventas.	78
Animación 30.	Integración de planes en las ventas.	81
Animación 31.	Tipos de pagos a vendedores.	90
Animación 32.	La organización de ventas.	92
Animación 33.	Estructura Lineal de ventas.	95
Animación 34.	Estructura funcional de ventas.	95
Animación 35.	Estructura especializada por producto.	96
Animación 36.	Estructura especializada por zona geográfica.	96
Animación 37.	Estructura especializada por clientes.	97
Animación 38.	Mapa de Bogotá D. C. por localidades.	102
Animación 39.	Mapa de Bogotá D. C. por zonas geográficas.	103
Animación 40.	Tipos de rutas en ventas	104
Animación 41.	La dirección de ventas.	107
Animación 42.	El triángulo del liderazgo en ventas.	108
Animación 43.	Jerarquía de necesidades de Abraham Maslow.	110
Animación 44.	Modelo Desarrollo a Escala Humana Manfred Max Neff.	111
Animación 45.	Instrumentos de comunicación en las ventas.	113
Animación 46.	El proceso de comunicación empresarial.	113
Animación 47.	Conocimientos básicos del vendedor	122
Animación 48.	Tipos de capacitación.	128
Animación 49.	Inventario de necesidades en capacitación.	129
Animación 50.	Psicología del consumidor.	132
Animación 51.	La evaluación de vendedores.	135
Animación 52.	Áreas claves de una reunión de ventas	145

Presentación

El presente libro pretende apoyar en forma positiva, fácil y didáctica el trabajo de los gerentes de ventas en las compañías de Colombia y el mundo. Se trata de contar con una herramienta útil para la planeación, organización, dirección, evaluación y retroalimentación de la fuerza vendedora, mediante una serie de propuestas temáticas de interés común que facilite el éxito en la penetración de nuevos mercados o para la supervivencia en los actuales.

En la primera unidad, usted entrará de manera sencilla y directa al fascinante mundo del mercadeo. En la segunda unidad descubrirá, profundizará o actualizará la función del gerente de ventas, y en la tercera unidad tendrá a la mano instrumentos de gestión efectivos para el manejo del personal estrella de las empresas: los vendedores.

Al igual que mis libros anteriores, el contenido es producto de investigaciones sobre lo que necesitan de verdad los gerentes de ventas, con animaciones que permiten una comprensión rápida de los temas y obviamente con el reconocido e inconfundible estilo de redacción ameno y preciso que invita a leer todo el libro y a poner en práctica los conocimientos y experiencias allí enunciados en él.

Este documento de consulta gerencial permanente también trae ejercicios de progreso formativo, estudios de caso, lecturas motivadoras y mensajes especiales para compartir con su equipo vendedor y hacer más dinámicos sus eventos de capacitación y fortalecimiento organizacional.

Estoy seguro, que los miembros del departamento comercial de su organización van a aprender y a disfrutar de las enseñanzas y de las propuestas de mejoramiento continuo incluidas en este libro, Gerencia de Ventas, las cuales marcan la diferencia en relación con otros muy buenos textos de esta área del conocimiento.

Atención, señor gerente de ventas, si en algún momento desea ampliar con sus vendedores sobre un tópico de manera específica, bien pueda comunicarse con el autor y será atendido de manera oportuna y profesional, como usted se lo merece.

Solo resta desearle el mejor de los éxitos en esa dura, retadora, exigente pero excitante y exitosa labor de impulsar personas con mucha mística y muchas ganas de sacar adelante las empresas, al fin y al cabo el estado de ganancias y pérdidas comienza con un rubro: ventas.

El autor

El que sabe mandar encuentra siempre a los que han de obedecer
Friedrich Nietzsche

Otros títulos de su interés

Gerencia del servicio
Jorge Eliécer Prieto Herrera

Investigación de mercados
Jorge Eliécer Prieto Herrera

Merchandising: la seducción en el
punto de venta
Jorge Eliécer Prieto Herrera

Neuromarketing y neuroeconomía.
Código emocional del consumidor
Andrés Cisneros Enríquez

Fundamentos de marketing
Mario Mesa Holguín

Administración de compras
Alberto Montoya Palacios

Gerencia de ventas



El presente libro pretende apoyar en forma positiva, fácil y didáctica el trabajo de los gerentes de ventas en las compañías de Colombia y el mundo. Es una herramienta útil para la planeación, organización, dirección, evaluación y retroalimentación de la fuerza vendedora, mediante una serie de propuestas temáticas de interés común que facilitan el éxito en la penetración de nuevos mercados o para la supervivencia en los actuales.

Este documento de consulta gerencial permanente también incluye ejercicios de progreso formativo, estudios de caso, lecturas motivadoras y mensajes especiales para compartir con su equipo vendedor y hacer más dinámicos sus eventos de capacitación y fortalecimiento organizacional.

Colección: Ciencias empresariales

Área: Mercadeo y ventas

ECO
EDICIONES



www.ecoediciones.com



e-ISBN 978-958-771-121-9