

# FORMACIÓN E-LEARNING

## Curso Online de Controller Comercial

→ Para conocer, analizar y aplicar las herramientas digitales, técnicas y metodologías actuales que nos permitan conseguir una gestión y un control eficaz del área comercial.



Iniciativas Empresariales

| *estrategias de formación*



MANAGER  
BUSINESS  
SCHOOL

Tel. 902 021 206 - [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)  
[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



## Presentación

La eclosión en nuestras vidas de las nuevas tecnologías y la total penetración de la era digital en las áreas de las empresas, hacen que el marketing estratégico y las tácticas comerciales adquieran gran importancia, siendo el hilo conductor de la información del negocio y las principales actividades para adecuar procesos de fabricación, definición de productos y servicios y procesos de venta a las nuevas demandas de los clientes.

Además, la reciente crisis global ha provocado una fuerte caída de la demanda, guerra de precios, desplome de economías e ingresos y un esfuerzo no previsto para mantener y más aún aumentar la cartera de clientes. Este panorama ha obligado a las empresas a realizar un análisis interno y externo importante y a rediseñar los procesos comerciales para conseguir mayores índices de efectividad en la venta.

Este curso quiere dar respuesta mediante Cuadros de Mando Integrales (CMI), tecnologías BI (Business Intelligence) y CRM (Customer Relationship Management) a la gestión de las grandes bases de información para conseguir trazar objetivos e indicadores en la fuerza de ventas, medirlos, corregir actuaciones a través de analizar tendencias y evaluar de manera continuada los resultados de las acciones comerciales de la empresa.

Finalmente, se establecen mecanismos de alineación de las personas que forman el equipo de ventas con el sistema de gestión de control comercial.

## La Educación On-line

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

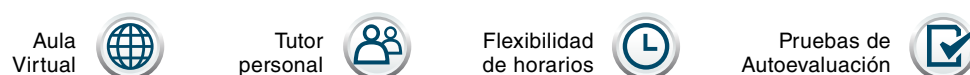
- La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- Trabajar con diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

## Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



## Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 60 horas y el material didáctico consta de:

### Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 6 módulos de formación práctica de que consta el curso Controller Comercial.

### Material Complementario

Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas en la gestión y control de las acciones comerciales.

### Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes a la gestión y control de las acciones comerciales.

### Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.

## Curso Bonificable



## Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo mejorar el proceso de control comercial de su negocio aprovechando las oportunidades tecnológicas que ofrece la era digital.
- Cuáles son las herramientas tecnológicas de control comercial más extendidas del mercado y cómo aplicarlas a su negocio.
- Cómo diseñar un modelo de control comercial integrado con la estrategia empresarial.
- Qué es un Cuadro de Mando Comercial (CMC) y qué información contiene.
- Cómo implantar un Cuadro de Mando Comercial que nos permita gestionar y controlar con éxito nuestras acciones comerciales.
- Cómo analizar toda la información relevante y establecer indicadores de control comercial.
- Qué datos e información necesitamos para desarrollar correctamente las funciones principales de un Controller Comercial.
- Cómo diseñar modelos de previsión y presupuestación que permita hacer seguimiento de los resultados y aplicar medidas correctoras de forma anticipada aplicando tendencias y estacionalidades.
- Cómo generar métricas e indicadores que permitan analizar la eficiencia del proceso comercial a través de cuadros de mando.
- Cómo capacitar al equipo comercial con herramientas, procesos y mecanismos de gestión para asegurar la alineación del equipo con sus objetivos.
- Cómo se diseña y aplica un plan de control de la actividad del equipo comercial.
- Como tener un equipo de personas implicado en el proceso de ventas y en la estrategia de la empresa es un ejercicio fundamental para que el proceso de ventas llegue a buen fin.

**Logre una gestión y un control eficaz de su departamento comercial.**

## Dirigido a:

Directores Comerciales, Directores de Ventas, Delegados de zona, Jefes de Equipo y, en general, a cualquier directivo y responsable de un departamento comercial que desee conocer la metodología para lograr una gestión y un control eficaz del área comercial de su empresa.

## Contenido del curso

### → MÓDULO 1. Controller Comercial en la era digital

10 horas

La eclosión en nuestras vidas de las nuevas tecnologías y la total penetración de la era digital en las áreas de las empresas hacen que el marketing estratégico y las tácticas comerciales tomen un papel muy relevante en las empresas. Es muy importante en la actualidad que las empresas realicen un análisis interno y externo importante y rediseñen los procesos comerciales para conseguir mayores índices de efectividad en la venta.

#### 1.1. Sistemas de información digitales:

- 1.1.1. Introducción.
- 1.1.2. Sistemas de información digitales.
- 1.1.3. Sistemas de operaciones:
  - 1.1.3.1. Sistemas de planificación de recursos o ERP.
  - 1.1.3.2. Sistemas de soporte de decisiones.
  - 1.1.3.3. Sistemas de gestión de escritorio o de oficina.
- 1.1.4. Infraestructura TI de los Sistemas de Información.
- 1.1.5. Arquitectura tecnológica e integración de sistemas:
  - 1.1.5.1. Integración de datos.
  - 1.1.5.2. Integración de aplicaciones.
- 1.1.6. Resumen de los sistemas de información de las organizaciones.

#### 1.2. Herramientas digitales de gestión departamental:

- 1.2.1. El impacto del Cloud Computing en la organización.
- 1.2.2. Business Intelligence:
  - 1.2.2.1. Business Analytics (BA).
  - 1.2.2.2. BI en la actualidad: Redes Sociales y Big Data.
  - 1.2.2.3. El reto de las organizaciones con Big Data.
- 1.2.3. Cuadros de Mando y BSC.
- 1.2.4. El paradigma CRM:
  - 1.2.4.1. Cálculo del valor de un cliente.
- 1.2.5. Sales Force Automation.

## Contenido del curso

### → MÓDULO 2. El Cuadro de Mando Comercial

10 horas

La herramienta de trabajo para diseñar el procedimiento y controlar el negocio comercial es el Cuadro de Mando. Tener el proceso comercial integrado en el cuadro de mando de la empresa es fundamental para garantizar un control mayor en la búsqueda de la optimización de los procesos. Este módulo analiza la función del Controller Comercial analizando el Cuadro de Mando.

- 2.1. El proceso comercial. Su integración con la estrategia de la empresa.
- 2.2. Visión de procesos para tener una gestión comercial eficiente.
- 2.3. Definición del modelo de control comercial.
- 2.4. El Cuadro de Mando comercial:
  - 2.4.1. Implantación de un Cuadro de Mando comercial.
  - 2.4.2. Definición de KPI's para el control comercial.

### → MÓDULO 3. Previsión y presupuestación comercial

10 horas

En este módulo se presentan algunas de las técnicas de previsión comercial más comunes y algunas propuestas de presupuestación en base a series temporales, tendencias y estacionalidades.

- 3.1. Realización del modelo de previsión comercial:
  - 3.1.1. El modelo de previsión en el marco de un plan estratégico.
  - 3.1.2. Cómo debe ser una previsión.
  - 3.1.3. Factores a tener en cuenta en una previsión de ventas.
  - 3.1.4. Técnicas de previsión:
    - 3.1.4.1. Análisis cuantitativo.
    - 3.1.4.2. Análisis cualitativo.
- 3.2. Integración de los datos financieros al modelo de previsión.
- 3.3. Presupuestos en base a series temporales:
  - 3.3.1. Definición de serie de tiempo.
- 3.4. Incorporación de tendencias y estacionalidades:
  - 3.4.1. Incorporación de tendencias:
    - 3.4.1.1. Análisis de regresión.

## Contenido del curso

- 3.4.1.2. Coeficiente de correlación.
- 3.4.1.3. Modelo de regresión lineal simple.
- 3.4.1.4. Ejemplo de aplicación de un pronóstico de regresión lineal simple.
- 3.4.2. Incorporación de estacionalidades:
  - 3.4.2.1. Ejemplo de aplicación de un pronóstico de variación estacional o cíclica.
- 3.5. Integración del CRM en la previsión comercial.

### → MÓDULO 4. Análisis del control comercial

10 horas

En el ámbito comercial, como ocurre en cualquier otra área de responsabilidad de la empresa, para tomar decisiones, previamente es necesario analizar, además de los datos generados por la actividad interna de la empresa, el entorno externo en el que desarrollamos el negocio. Este módulo repasa la información que hay que analizar para la toma de decisiones dentro del área comercial.

#### 4.1. Utilización de analíticas, qué medir y cómo medir:

- 4.1.1. Entorno general.
- 4.1.2. Sector de actividad.
- 4.1.3. Análisis de los productos o servicios.
- 4.1.4. Análisis de los clientes.
- 4.1.5. Análisis de la distribución y ventas.
- 4.1.6. Análisis de la competencia.

#### 4.2. Modelos de simulación para la función comercial:

- 4.2.1. Modelos de propensión de compras.
- 4.2.2. Modelos para estimar el potencial del consumo.
- 4.2.3. Modelos de retención de clientes.
- 4.2.4. Segmentación de comportamiento.
- 4.2.5. Modelos LTV.

#### 4.3. Cálculo del modelo Life Time Value.

#### 4.4. Análisis de desviaciones en los procesos:

- 4.4.1. Desviaciones desde la contabilidad general.
- 4.4.2. Desviaciones desde la contabilidad de costes:
  - 4.4.2.1. Desviación en costes variables.
  - 4.4.2.2. Desviaciones en costes fijos.
  - 4.4.2.3. Desviaciones en ventas.

## Contenido del curso

### → MÓDULO 5. Control y seguimiento de la fuerza de ventas

10 horas

El seguimiento de la red comercial se convierte en un factor clave del éxito comercial como consecuencia de la necesidad de las empresas de poder contar con un equipo comercial que garantice ventas crecientes, adecuadas y que generen alta satisfacción en los clientes.

En este módulo se identifican indicadores de seguimiento comercial a través del análisis del rendimiento y del desempeño de las personas.

#### 5.1. Analíticas de control de la fuerza comercial en el cuadro de mando:

5.1.1. Modelos de seguimiento del rendimiento comercial.

#### 5.2. Criterios de evaluación y KPI's de control y seguimiento.

#### 5.3. La retribución variable y los objetivos de ventas.

#### 5.4. La alineación con otros equipos de la empresa.

#### 5.5. Formación específica de ventas para la mejora del rendimiento.

#### 5.6. La evaluación del desempeño.

### → MÓDULO 6. El control comercial a través del plan de ventas

10 horas

Este último módulo del curso recoge todos los conceptos estudiados hasta el momento para facilitar la tarea de control comercial. Para ello se analiza la realización de un Plan de Ventas, columna vertebral de la información para asegurar la excelencia en el control comercial.

#### 6.1. El Plan de Ventas.

#### 6.2. Análisis del entorno:

6.2.1. Análisis externo.

6.2.2. Análisis interno.

6.2.3. Análisis DAFO.

#### 6.3. Las líneas estratégicas y los objetivos.

#### 6.4. Plan de cuentas, Leads y Funnel de ventas.

#### 6.5. La oferta y el valor del producto.



## Contenido del curso

6.6. La planificación, previsión y presupuesto.

6.7. El equipo de ventas.

6.8. El plan de acción de ventas.



## Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Controller Comercial han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

### → Beatriz de Quintana

Ingeniera Informática. Máster de Marketing en EADA, cuenta con más de 20 años de experiencia en el sector tecnológico IT como Mánager de Departamentos de Marketing y Ventas de diferentes empresas

La autora y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

## Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Controller Comercial**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

