



Vídeo del autor



Autor: Javier Fuentes **Editorial:** LID Editorial
Empresarial Colección: Acción Empresarial
Biblioteca: Ecofin **ISBN:** 9788483562918
Precio: 19,90 euros **Precio ebook:** 11,99 euros
Formato en centímetros: 15x22 cm
Encuaderación: Rústica **Número de páginas:** 192

Índice

Prólogo de Salvador Molina

Presentación

Introducción

PRIMERA PARTE. Preparándose para la cena: un menú Top Chef

1. Marketing y ventas: el eterno divorcio

1. Aspectos negativos del trabajo de comercial
2. Aspectos positivos del trabajo de comercial
3. Pensamiento alineado con los resultados de la empresa
4. El error de cambiar folletos por vendedores
5. Cómo integrar una fuerza de ventas proactiva

2. Importancia de las ventas en los mercados actuales

1. La función comercial: la gran desconocida
2. Los profesores de marketing
3. Las ideas fundamentales de la dirección de ventas
4. La venta personal proactiva. Definición

SEGUNDA PARTE. Variables que influyen e inciden en la función comercial

3. Variables determinantes del rendimiento de la fuerza de ventas

1. El rendimiento y la efectividad de la fuerza de ventas
2. La gestión de la fuerza de ventas
3. El entorno
4. Cómo es el comercial
5. Autoimagen del comercial
6. Variables de gestión de los recursos humanos

4. Variables moderadoras. Catalizadores que potencian las ventas

1. Tipo de cliente de la empresa
2. Tipo de producto vendido
3. Capacidad del comercial medio en el mercado
4. Métodos de control
5. Tipo de organización y cultura organizativa

TERCERA PARTE. Cocinando las ventas

5. Estrategia en la dirección de ventas

1. Las dos caras de la dirección de ventas
2. DAFO de ventas

6. Selección y formación de equipos comerciales

1. El proceso de selección
2. El proceso de formación comercial
3. Tipos de formación para vendedores
4. Metodología y fases de la formación comercial
5. Con el talento en el horizonte

7. La remuneración de la fuerza de ventas

1. Fijación de objetivos y motivación
2. La motivación de equipos de venta

8. Control y gestión de los comerciales

1. El sistema de control comercial
2. Gestión de comerciales

9. Las técnicas de venta

1. Conclusiones

10. Vender en tiempos de crisis

1. La crisis
2. Vender más y mejor en tiempos de crisis el pastel es menor
3. El tipo de mercado
4. La formación

Epílogo



El autor

Javier Fuentes es profesor de Marketing y Ventas en escuelas de negocios. Como director general y socio fundador de Grupo Venta Proactiva, gestiona equipos comerciales y fuerzas de ventas de 400 profesionales que anualmente facturan 15 millones de euros en varios países. Publica en medios como Cinco Días, Expansión, Emprendedores, MK Marketing y Ventas, Ecofin o Training & Development, es tertulio habitual de Gestiona Radio y colabora con Telemadrid, TVE e Intereconomía. Es conferenciante y autor de otros libros como *Cooking Sales: vender más y mejor* (2009) y *El rendimiento y la efectividad de la fuerza de ventas* (2012).



El prologuista

Salvador Molina es el impulsor y presidente del Foro ECOFIN. Es periodista y analista económico, miembro de la junta directiva de varias asociaciones, colaborador habitual de medios de comunicación, editor de la revista ECOFIN y conferenciante en distintos foros de finanzas, economía, periodismo e innovación. Es vicepresidente de la Fundación Woman's Week, director del Congreso ProCom de Periodismo 2.0 (Universidad Complutense) y presidente de la Asociación de Profesionales de la Comunicación (ProCom).

La obra

Vender es un arte que se puede aprender, *Top Chef Sales* es el libro perfecto para todos aquellos que quieren dominar el terreno comercial y aumentar su capacidad de venta para obtener lo que desean. A lo largo de la obra se puede leer todo lo que se debe saber para aprender a venderse y posicionarse. Además, el libro ayuda a llevar a buen puerto una relación comercial para aumentar las ventas del producto, convertir las visitas en clientes y gestionar un departamento comercial de forma eficaz.



Conocimiento, nuevas técnicas, trucos, destrezas... son los ingredientes de *Top Chef Sales* para «cocinar» unas buenas ventas de forma práctica y amena. Un libro indispensable para emprendedores, gestores de empresas, directivos y otros profesionales y no profesionales involucrados o interesados en el mundo comercial que quieran conocer todos los secretos de las ventas para alcanzar el éxito en el complejo mercado actual y vender más y mejor.

El libro aúna la experiencia profesional del autor como empresario y gestor con sus conocimientos académicos como profesor de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid intentando servir de nexo entre ambos mundos.

Pretende ayudar a los alumnos y a los profesores de marketing a adquirir un punto de vista menos teórico y más sobre el terreno. También intenta mostrar a los profesionales que saben mucho sobre dirección de ventas o de marketing que se puede mejorar si se tienen en cuenta determinados modelos académicos y determinadas formas de resolver problemas que no son habituales en la empresa.



Top Chef Sales está orientado a la dirección de Ventas y/o de equipos comerciales y se estructura en tres partes:

1. Preparándose para la cena: es una parte introductoria básica que enseña al lector cómo se imbrica la función comercial en la función de marketing, con sus cuatro variables básicas. Aquí también se aborda la importancia de la venta personal en los mercados actuales y cómo su muerte anunciada por las nuevas tecnologías ha resultado ser todo lo contrario.

2. Variables que influyen e inciden en la función comercial: como cualquier buen plato, la venta personal necesita de condimentos que potencien el sabor (variables moderadoras) y de ingredientes fundamentales para que el plato tenga consistencia (variables determinantes). Todas juntas crean un plan de ventas, y cualquier intervención sobre ellas cambiará el sabor del plato para bien o para mal. En los dos capítulos incluidos en esta parte entenderemos qué teclas existen y cómo manejarlas para que el rendimiento y la efectividad de la fuerza de ventas sean óptimos.

3. Cocinando las ventas: en esta última parte repasaremos algunas de las variables mostradas en el bloque anterior –selección, control, formación, fijación de objetivos, motivación, gestión y técnicas de ventas– tanto desde el punto de vista de la gestión estratégica como desde la gestión diaria, la táctica y la técnica. Esta parte, la más práctica de la obra, muestra la realidad del día a día del comercial y del director de ventas.



Estas tres partes son un todo. No se puede entender la venta personal sin comprender holísticamente todas sus funciones y actividades. Esa visión global, pero a su vez detenida en determinados detalles y técnicas, es la fortaleza de esta obra.

Top Chef Sales es la segunda obra publicada dentro de la Biblioteca ECOFIN donde ya se publicó el libro *El ciclo de crédito*, coordinado por Salvador Molina.

Sobre Ecofin y la biblioteca



Foro ECOFIN. Laboratorio de ideas que agrupa a empresas, asociaciones y escuelas de negocios interesadas en mejorar la gobernanza y el entorno financiero de la economía. Plataforma colaborativa interesada en promover el conocimiento y el análisis, las redes de contactos en los negocios, el desarrollo del mundo financiero y mercantil, la gestión ética basada en principios y valores de la sociedad y de sus actores principales: entidades financieras, compañías públicas o privadas. www.ecofin.es

La Biblioteca ECOFIN es una iniciativa para aportar conocimiento a los gestores de entidades mercantiles y financieras en aquellas materias en las que incide el Foro ECOFIN y donde más valor puede aportar: finanzas, innovación, gobernanza, management, ética, igualdad, globalidad, internacionalización, directivos, etc.

Para más información:



Recursos de Mercado - Gabinete de
prensa de Grupo Venta Proactiva
José María Martínez y Susana Moré
comunica@rdm.es
91 547 08 04

LID Editorial
laura.diez@lideditorial.com
beatriz.raso@lideditorial.com
91 372 90 03

