

Mejora resultados a través de una correcta definición de los objetivos y KPI comerciales (ESIC)

📅 6 de junio de 2023, martes

Inscríbete



Fechas:

6 de junio, martes

Presencial



Horario:

de 16:00 a 19:00 h.



Precio especial para socias/os

Pulsa
AQUÍ para ver los precios

Inscríbete

Profesor



Javier Molina Acebo

Doctorado en Economía de Empresa por la Universidad Rey Juan Carlos. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, University of Lincolnshire & Humberside. Máster Oficial en Dirección Comercial y Marketing, Universidad Rey Juan Carlos - ESIC. Máster en Dirección Financiera, ESIC. Máster en Alta Dirección de Empresas, Universidad Rey Juan Carlos.

Profesor y Miembro del Comité y del Consejo Asesor de la Escuela de Ventas de ESIC, Business&Marketing School. Miembro del Comité y Consejo de Dirección de varias organizaciones tanto nacionales como internacionales. Socio-Director de Gesvelice. Conferenciante habitual de Hoy es Marketing, ExpoManagement, Foro Mundial de Dirección Comercial y Fuerzas de Venta, Foro de Directivos,...

Sobre el conjunto de los objetivos generales de la empresa, los objetivos comerciales son los de mayor peso específico en el ejercicio, pues deben servir de estímulo y soporte para la consecución de las metas estratégicas de la compañía.

Su definición, modelización, implantación y seguimiento son determinantes. Están llenos de innumerables matices a tener en consideración, convirtiéndose en uno de los momentos de la verdad más determinantes para la Dirección General y para la Dirección Comercial.

PROGRAMA

1. Reflexión: dinámica comercial actual y consecuencias.
2. Condicionantes a la hora de definir los KPI's.
3. Las expectativas y los principios de obligado cumplimiento.
4. Modelos de reparto: limitaciones y aplicación práctica.
5. TIP's y palancas de mejora incremental.

INFORMACIÓN GENERAL

Objetivos

- Facilitar la metodología para la mejora de la conceptualización, definición, reparto y asignación de objetivos.
- Evidenciar las principales dificultades en el proceso de definición de los indicadores, identificando los puntos críticos y los momentos clave.
- Presentar los diversos mecanismos y herramientas al servicio de la dirección comercial para posibilitar una mejor orientación específica de los equipos hacia los objetivos, así como elevar la motivación y rendimiento de la red comercial.
- Aportar los modelos, técnicas y secuencia que permitan mejorar el ejercicio de definición de los objetivos comerciales así como el proceso posterior de fijación y asignación de las cuotas personales por territorio, comercial y/o distribuidor.

**Fechas:**

6 de junio, martes

**Número de sesiones:**

1

**Horario:**

de 16:00 a 19:00 h.

**Número de horas:**

3

**Presencial**

Club de Marketing de Navarra

INSCRIPCIONES



**Entidades y personas socias de Club
de Marketing y angituo alumnado de
ESIC :**
30 €



No socios/as:
50 €

[Únete a la asociación](#)



Para más información:

948 290155

Inscríbete