

image not found or type unknown



# Métodos y trucos para diseñar y dirigir un plan comercial

**Fecha de publicación:**

01/11/2007

**Pascal Py**

**Sello Editorial:**

Deusto

## Contacto de prensa

**Nombre:** Alba Ríos

**Teléfono:** 93 492 86 58

**Email:**

arioss@planeta.es

**Nombre:** María José Bertrán

**Teléfono:** 93 492 82 03

**Email:**

mjbertran@planeta.es

Este libro explica con precisión cómo diseñar, dirigir e implementar un plan comercial, con el fin de lograr la diferencia competitiva a la que todo responsable de ventas aspira. Recorriendo las siete etapas que conducen al nuevo éxito comercial, esta biblia de las acciones comerciales ayuda a:

- 1) Elaborar una política comercial y crear un cuadro de referencia fundamental para las acciones comerciales.
- 2) Llevar a una reflexión profunda sobre el atractivo de la marca, identificar los mejores targets de clientes y las estrategias comerciales adecuadas.
- 3) Descubrir modelos innovadores para dirigir un diagnóstico comercial, localizar las amenazas, identificar las oportunidades y hasta identificar sus ventajas y debilidades competitivas.
- 4) Transformar el diagnóstico comercial en directrices de acciones y garantizar su coherencia y pertinencia.
- 5) Explorar nuevas vías para dinamizar una oferta comercial.
- 6) Poner en marcha más de 90 acciones para conquistar, fidelizar, asegurar o reconquistar clientes y generar numerosas ideas para desarrollar sus ventas. Identificarlos "160 saber hacer" de los vendedores para disparar sus resultados.
- 7) Redactar un plan de acción y formalizar todos los proyectos en fichas descriptivas, plannings de realización y presupuestos financieros.

**Pascal Py**