

INDICE

Prólogo	XI
Uno. Visión General de las Ventas Personales y de a Administración de Ventas	1
1. Administración Profesional de Ventas ¿Qué es un gerente de ventas?/Responsabilidades básicas de un gerente de ventas/Integración de las ganancias de ventas y marketing/ ¿Cómo se desempeña los gerentes de ventas?/ ¿Por qué los gerentes de ventas no hacen un mejor trabajo? /Megatendencias que afectan a la administración de ventas/ Desarrollo de los gerentes de ventas del mañana/Resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	3
Caso 1-1: La complejidad del trabajo del gerente de ventas en Basler, Inc	
Caso 1-2: Centroid Computer Corporation: El nuevo gerente de ventas	
Referencias	
2. Venta Personal. El profesional de ventas/Las ventas como carrera/Las mujeres en las ventas/Minorías en las ventas/Diversidad de trabajos en las ventas/Espacio de las tareas de ventas/Eras históricas de ventas/Ampliación de las responsabilidades de marketing en las ventas/Resumen /Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	39
Caso 2-1: ¿Mujeres en las ventas?	
Caso 2-2: ¿Profesionalismo en las ventas?	
Referencias	
Caso Integrado: Visión general de la venta personal y la gerencia de ventas en CHEMCO	74
Dos. Planeación y Organización de la Fuerza de Ventas	79
3. Planeación y Presupuesto de Ventas. ¿Por qué deben planear los gerentes de ventas? /Los gerentes como proyectistas y organizadores/ sistemas de información para la gerencia de ventas/ El proceso y planeación /Causas de la planeación no exitosa/Enfoques hacia la planeación/Presupuestos de ventas/Resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	81
Caso 3-1: Compañía de servicio C.T. Antaeon: Planeación de ventas en un ambiente incierto	
Caso 3-2: Formas para Negocios Armstrong, InC	
Referencias	
4. Estimación del Potencial del Mercado y Pronósticos de Ventas. Pronósticos de ventas y planeación operativa/ Técnicas y enfoques de pronóstico/Evaluación de las técnicas cuantitativas y cualitativas/Participación de la organización /Computadoras personales y pronóstico de venta/Resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	125
Caso 4-1: Zenon Corporation: Elaboración de pronósticos de ventas	
Caso 4-2: International Container Corporation: Pronóstico de ventas para nuevos productos en nuevos mercados	
Referencias	

5. Organización de la Fuerza de Ventas.	
El pronóstico de la organización/ Teorías de la organización/ Clases de organizaciones/Evolución de los departamentos de ventas/Tipos de organización dentro del departamento de marketing/Telemarketing/Construcción de una sólida organización de ventas/El proceso organizacional/Calidad de la organización de ventas/Resumen /Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	
Referencias	
Caso Integrado: Planeación y organización de la fuerza de ventas en CHEMCO	206
Tres. Desarrollos de la Fuerza de Ventas	209
6. Reclutamiento de la Fuerza de Ventas.	211
La importancia del reclutamiento/¿Qué es el reclutamiento?/El proceso de reclutamiento/Fuentes de vendedores/Resumen /Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	
Caso 6-1: Murray Business Products: Políticas de reclutamiento	
Caso 6-2: Cellular Communications Strategies: Reclutamiento de la nueva fuerza de ventas	
Referencias	
7. Selección de la Fuerza de ventas	243
El proceso de selección /Realización de la selección/La selección de la fuerza de ventas en compañías multinacionales/Socialización de la fuerza de ventas /Resumen/Preguntas para estudio /Ejercicio de práctica	243
Caso 7-1: Selección de un vendedor en JAK Phamaceutical	
Caso 7-2: Belco, Inc: Selección de la fuerza de ventas	
Referencias	
8. Capacitación de la Fuerza de Ventas.	279
La importancia de la capacitación en ventas/La evolución de los programa de capacitación en ventas/Capacitación en ventas y la misión corporativa/Responsabilidad por la capacitación/Diseño del programa de capacitación en ventas/Instrumentación de los programas de capacitación/Evaluación de los programas de capacitación/Los beneficios de los programas de capacitación en ventas/Capacitación recordatoria/Resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	
Caso 8-1: La compañía Cycil C. Martin: Desarrollo y evaluación de la capacidad de la fuerza de ventas	
Caso 8-2: La compañía Tennessee Carburetor: La nueva capacitación en un cambiante de ventas	
Referencias	
Caso Integrado: Desarrollo de la fuerza de ventas en CHEMCO	320
Cuatro. Dirección de la Fuerza de ventas	325
9. Desempeño de la Fuerza de Ventas: Una Visión General	327
Determinación del desempeño de la fuerza de ventas/Comunicación y desempeño de la fuerza de ventas/Resumen/Preguntas para diseño/Ejercicio de práctica	
Caso 9-1: Rambor Machine Tool Company: Deteminantes del desempeño de la fuerza de ventas	
Caso 9-2: El club del alto desempeño en Mortimer Foods: ¿Un impulso o un fracaso para la fuerza de ventas?	

Referencias	
10. Administración del Tiempo y del Territorio Establecimiento del territorio de ventas/Establecimiento de territorios de ventas/Revisión de los territorios de ventas/Uso de computadoras en la administración territorial/Administración del tiempo/ Fijación de rutas/Tendencias en la fijación de rutas e itinerarios/Resumen /Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	345
Caso 10-1: Datacor Software, Inc: Administración de tiempo y territorio	
Caso 10-2: Administración del tiempo: Mary Clack, representantes de ventas	
Referencias	
11. Cuotas de ventas. El propósito de las cuotas/Clases de Cuotas/Administración de cuotas de ventas/Resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	
Caso 11.-1: La compañía Sytler Chemical: Relación los planes de compensación y la cuota	
Caso 11-2: Harris Unifoems, Inc: Establecimiento de cuotas	
Referencias	
12. Compensación. La importancia de los planes de compensación financiera/Desarrollo del plan de compensaciones/Ventajas y desventajas de los diversos métodos de compensación/Tendencias en las compensaciones de ventas/Comisión para los gerentes de ventas/Cuentas de gastos y prestaciones/Resumen /Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	409
Caso 12-1: HABCO, Inc: Desarrollo de un plan de compensaciones en un momento de transición	
Caso 12-2: Sun – Sweer Citrus Suplly, Inc: Control de los gastos directivos de ventas	
Referencias	
13. Motivación de la Fuerza de ventas. ¿Qué es la motivación?/Teorías de la motivación/Nuevas teorías sobre la motivación/Motivación y productividad/Motivación y reconocimiento/Herramientas motivacionales/Motivación de la fuerza de ventas a lo largo del tiempo/Resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	443
Caso 13.-1: Weatern Rail: Motivación de los vendedores internos y externos	
Caso 13-1: Problemas motivacionales en MEDCO Pharmacceuticals	
Referencias	
14. Dirigir la Fuerza de ventas. ¿Qué es liderazgo?/Liderazgo y administración/¿Qué hace a un líder exitoso? /El liderazgo de la administración de ventas en la práctica/Comunicación/Ascenso de un representante de ventas a gerente de ventas/Un reto continuo para la administración de ventas/resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	
Caso 14-1: Conducción de una fuerza de ventas diversas en School Suppliers, Inc.	
Caso 14-2: Barreras de comunicación en la SK Chemical Corporation	
Referencias	

Caso Integrado: Dirección de la fuerza de ventas en CHEMCO: Un problema de rotación	511
Cinco. Control y Evaluación de la Fuerza de Ventas	517
15. Análisis de ventas, Costos y Rentabilidad	
La responsabilidad del gerente de ventas para obtener utilidades/Análisis de ventas/Análisis de costo de marketing/Aumento de la productividad de la fuerza de ventas/Resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	519
Caso 15-1: Análisis de ventas, costos y utilidades en ASI	
Caso 15-2: Wolfson Writing Instruments, Inc: Análisis de los informes financieros	
Referencias	
16. Medición y Evaluación del Desempeño de la Fuerza de Ventas.	553
¿Qué tan bien se desempeña la fuerza de ventas?/En busca de la excelencia de la fuerza de ventas/Medición del desempeño9 de la fuerza de ventas/Resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	
Caso 16-1: Central States Rosk Management, Inc: Desarrollo de un sistema de evaluación del desempeño	
Caso 16-2: Recompensa al desempeño en MARCO Electronics	
Referencias	
Caso Integrado: Control y evaluación de la fuerza de ventas en CHEMCO	589
Seis. El Entorno para el Personal de Ventas y la Gerencia de Ventas	593
17. La Ética, la Responsabilidad Social y el Entorno Legal.	
La ética en los negocios/Administración del comportamiento poco ético de la fuerza de ventas/Responsabilidad social/Impacto de la legislación especializada sobre las ventas y la gerencia de ventas/Resumen/Preguntas para estudio/Ejercicio de práctica	
Caso 17-1: ALTOR, Inc: Desarrollo de un amplio código de ética para su fuerza de ventas	
Caso 17-2: La ética y la legislación en el medio de ventas internacionales	
Referencias	
Apéndices	631
Apéndice A. El Proceso de Venta Personal	
Prospección/Planeación de la visión de venta (El preabordamiento)/ Abordamiento del prospecto/ Realización de la presentación de ventas/manejo de las objeciones del prospecto/Cierre de la venta/El seguimiento	631
Referencias	
Apéndice B. El Inicio de la Carrera de Ventas .	
Elección de una carrera/La primera venta/Inicios en le carrera profesional	662
Referencias	
Índices	675
Índice de nombres	677
Índice temático	681