

## INDICE

1. Resumen general de la administración de ventas y su contexto	1
<b>Parte Uno.</b>	<b>34</b>
<b>Formulación del Programa de Ventas</b>	
2. El proceso de compra y de venta	36
3. Vinculación de las estrategias y el papel de las ventas en la era de la administración de las relaciones con los clientes	69
4. Organización del esfuerzo de ventas	105
5. El papel estratégico de la información en la administración de ventas	137
Casos para comprender parte uno	187
<b>Parte Dos.</b>	<b>248</b>
<b>Implantación del Programa de Ventas</b>	
6. El desempeño del vendedor: Comportamiento, roles y satisfacción	250
7. Desempeño del vendedor: cómo motivar a la fuerza de ventas	280
8. Características personales y aptitudes para las ventas: criterios para seleccionar vendedores	311
9. Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas	338
10. Capacitación para las ventas: objetivos, técnicos y evaluación	366
11. Diseños de programas de compensación e incentivos	398
Casos para comprender parte dos	435
<b>Parte Tres.</b>	<b>480</b>
<b>Evaluación y Control del Programa de Ventas</b>	
12. Análisis de costos	482
13. Análisis del comportamiento y otros desempeños	509
Casos para comprender parte tres	537
Casos latinos	601
Notas	619
Índice de casos	639
Índice de nombres	640
Índice analítico	648