

GEC

Formación comercial

La Escuela de Ventas



Objetivos de la Escuela de Ventas

Objetivos específicos de la Escuela de Ventas

- Segmentar el colectivo de fuerzas comerciales a empresas e identificar sus necesidades de formación
- Definir itinerarios de formación adaptados a los colectivos y detallar los contenidos
- Implantar un modelo de aprendizaje innovador basado en el mix de formación presencial, online y comunidades virtuales
- Definir el modelo de gestión de la formación
- Valorar los costes de la implantación de la escuela (contenido + herramienta) para adecuarla al presupuesto del cliente
- Identificar las especificidades necesarias para adecuar la herramienta informática que soporte el modelo



Metodología y fases de la Escuela de Ventas



El diseño y **puesta en marcha** de una Escuela de Ventas se desarrolla de acuerdo a tres fases de ejecución:



FASE I Análisis y definición de modelos	FASE II SETUP y asignación de itinerarios por colectivos	FASE III Go Live y Learning Office
Principales Hitos	Principales Hitos	Principales Hitos
<ol style="list-style-type: none">1. Detección de necesidades de formación: mapa de competencias2. Definición del plan de formación3. Modelo de gestión4. Modelo tecnológico5. Modelo de costes6. Plan de comunicación	<ol style="list-style-type: none">1. Definición y puesta a punto de la estructura de escuela (LMS y bases de datos)2. Identificación de contenidos existentes3. Desarrollo de nuevos contenidos formativos4. Preparación del e-assessment	<ol style="list-style-type: none">1. Implantación de la Learning Office de la Escuela de Ventas2. Lanzamiento del e-assessment y evaluación de resultados3. Validación y asignación de usuarios a itinerarios formativos4. Arranque de la Escuela de Ventas