

CONTENIDO

PRÓLOGO	xi
UNO VISIÓN GENERAL DE LAS VENTAS PERSONALES Y DE LA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS	1
1. Administración profesional de ventas	3
¿Qué es un gerente de ventas? / Responsabilidades básicas de un gerente de ventas / Integración de las gerencias de ventas y marketing / ¿Cómo se desempeñan 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 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	39
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 Caso 2-1: ¿Mujeres en las ventas? Caso 2-2: ¿Profesionalismo en las ventas? Referencias	
CASO INTEGRADO: <i>Visión general de la venta personal y la gerencia de ventas en CHEMCO</i>	74
DOS PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	79
3. Planeación y presupuesto de ventas	81
¿Por qué deben planear los gerentes de ventas? / Los gerentes de ventas como proyectistas y organizadores / Sistemas de información para la gerencia de ventas / El proceso de planeación / Causas de la planeación no exitosa / Enfoques hacia la planeación / Presupuestos de ventas / Resumen / Preguntas para estudio / Ejercicio de práctica	

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 pronóstico de ventas	125
Pronóstico 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 ventas / Resumen / Preguntas para estudio / Ejercicio de práctica	
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	165
El propósito de la organización / Teorías de la organización / Clases de organizaciones / Evolución de los departamentos de ventas / Tipos de organización dentro del departamento de marketing / Telemercadeo / Construcción de una sólida organización de ventas / El proceso organizacional / Calidad de la organización de ventas / Resumen / Preguntas para estudio / Ejercicio de práctica	
Caso 5-1: Organización de la fuerza de ventas: Hadley Foods, Inc.	
Caso 5-2: La compañía Jersey Pasta: Se necesita una estructura organizacional	
Referencias	
CASO INTEGRADO: <i>Planeación y organización de la fuerza de ventas en CHEMCO</i>	206
TRES DESARROLLO 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	
Caso 7-1: Selección de un vendedor en JAK Pharmaceutical	
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 programas 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 capacitación de la fuerza de ventas	
Caso 8-2: La compañía Tennessee Carburetor: La nueva capacitación en un ambiente cambiante de ventas	

Referencias	
CASO INTEGRADO: <i>Desarrollo de la fuerza de ventas en CHEMCO</i>	320
CUATRO DIRECCIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	325
9. Desempeño de la fuerza de ventas: Una visión general	327
Determinantes del desempeño de la fuerza de ventas / Comunicación y desempeño de la fuerza de ventas / Resumen / Preguntas para estudio / Ejercicio de práctica	
Caso 9-1: Rambor Machine Tool Company: Determinantes 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	345
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 / Tendencia en la fijación de rutas e itinerarios / Resumen / Preguntas para estudio / Ejercicio de práctica	
Caso 10-1: Datacor Software, Inc.: Administración de tiempo y territorio	
Caso 10-2: Administración del tiempo: Mary Clark, representante de ventas	
Referencias	
11. Cuotas de ventas	383
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 Styler Chemical: Relación los planes de compensación y la cuota	
Caso 11-2: Harris Uniforms, Inc.: Establecimiento de cuotas	
Referencias	
12. Compensación	409
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	
Caso 12-1: HABCO, Inc.: Desarrollo de un plan de compensaciones en un momento de transición	
Caso 12-2: Sun-Sweet Citrus Supply, Inc.: Control de los gastos directos de ventas	
Referencias	
13. Motivación de la fuerza de ventas	443
¿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	
Caso 13-1: Western Rail: Motivación de los vendedores internos y externos	
Caso 13-2: Problemas motivacionales en MEDCO Pharmaceuticals	
Referencias	
14. Dirigir la fuerza de ventas	479
¿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 diversa en School Suppliers, Inc.	
	Caso 14-2: Barreras de comunicación en la SK Chemical Corporation	
	Referencias	
	CASO INTEGRADO: <i>Dirección de la fuerza de ventas en CHEMCO: Un problema de rotación</i>	511
CINCO	CONTROL Y EVALUACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS	517
15.	Análisis de ventas, costos y rentabilidad	519
	La responsabilidad del gerente de ventas para obtener utilidades / Análisis de ventas / Análisis del costo de marketing / Aumento de la productividad de la fuerza de ventas / Resumen / Preguntas para estudio / Ejercicio de práctica	
	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 desempeño de la fuerza de ventas / Resumen / Preguntas para estudio / Ejercicio de práctica	
	Caso 16-1: Central States Risk Management, Inc.: Desarrollo de un sistema de evaluación del desempeño	
	Caso 16-2: Recompensa al desempeño en MARCO Electronics	
	Referencias	
	CASO INTEGRADO: <i>Control y evaluación de la fuerza de ventas en CHEMCO</i>	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	595
	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	633
	Prospección / Planeación de la visita 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	
	Referencias	
	Apéndice B. El inicio de la carrera de ventas	662
	Elección de una carrera / La primera venta / Inicios en la carrera profesional	
	Referencias	
ÍNDICES		675
	Índice de nombres	677
	Índice temático	681