

Contenido abreviado

1. Resumen general de la administración de ventas y su contexto 1

PARTE UNO

Formulación del programa de ventas 34

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

PARTE DOS

Implantación del programa de ventas 248

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, técnicas y evaluación 366

11. Diseños de programas de compensación e incentivos 398

Casos para comprender Parte dos 435

PARTE TRES

Evaluación y control del programa de ventas 480

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