

PLAN DE VENTAS



1.- Objetivos

Son los fines que se persiguen alcanzar y deben establecerse mediante la metodología SMART



2.- Clientes

Hay que tener en cuenta sus 3 dimensiones: perfil de cliente, perfil de organización y territorio de ventas



3.- Estrategias

Estos serán los planes necesarios para completar los objetivos y para ejecutar el plan



4.- Presupuesto

Siempre es necesario conocer todos los costes que supone poner en marcha tu plan de ventas con antelación.



5.- Métricas

Conoce muy bien las métricas claves y los KPI para controlar y seguir resultados