

Denominación del curso

Excel aplicado a la gestión de Marketing y Ventas

Objetivos Didácticos

Al finalizar este curso, los asistentes estarán capacitados para manejar con destreza y eficacia las herramientas necesarias para el análisis de los datos que permitan a la empresa optimizar su información sobre clientes, productos, mercados, vendedores. Utilizar las diferentes herramientas de Microsoft Excel para analizar interactivamente la información comercial desde diferentes puntos de vista, con lo cual los asistentes lograrán ahorrar tiempo y costes conociendo y aplicando las funciones y utilidades de Microsoft Excel, simplificando o eliminando la elaboración de trabajos repetitivos, búsquedas rápidas de información y elaboración de informes.

Audiencia

Este curso está dirigido a responsables comerciales y jefes de ventas, responsables de marketing, product managers, forecast y personal administrativo del departamento comercial.

Requisitos Previos

Conocimiento a nivel usuario de Microsoft Excel (funciones, fórmulas, Tablas dinámicas, filtros y gráficos).
Dado el nivel requerido en el desarrollo de este curso, se realizarán pruebas de nivel de conocimientos previos a los solicitantes.

Duración

16 Horas

Metodología

Presencial, con carácter participativo.
Prácticas y ejercicios con casos reales.

Cursos Asociados

ÁREA TÉCNICA:

EXCEL RED COMERCIAL
EXCEL ORIENTADO A LA GESTIÓN DE RRHH
VBA PARA EXCEL
PRESENTACIONES EFICACES CON MICROSOFT POWERPOINT.

ÁREA HABILIDADES:

LIDERAZGO
TRABAJO EN EQUIPO
EMPOWERMENT

Contenidos

1. Gestión de clientes.

Orientado ha crear un origen de datos del cual poder extraer de forma más eficiente información para su posterior análisis

1. Tablas Dinámicas
2. Consultas de Base de Datos (Ms QUERYS , Cubos OLAP,..)

2. Creación de bases de datos con vínculos.

Tiene como objetivo, facilitar el acceso a archivos cuya información depende de distintos orígenes.

1. Hipervínculos / Consolidar
2. Movilización con vínculos
3. Importación de datos Web

3. Proyecciones de ventas.

Creación de tablas y formularios para la captación y organización de datos por listas de clasificación (desplegables)

1. Segmentación

4. Elaboración de Informes de resultado.

*Uso de formularios con desplegados que alimenten tablas de datos, y gráficos.
Uso de estas tablas para el envío masivo de información a los clientes.*

1. Plantillas con base de datos
2. Mailing List

5. Creación de informes con gráficos dinámicos.

Manejo de fórmulas para realizar proyecciones y escenarios de ventas.

1. Técnicas de análisis con funciones estadísticas
2. Elaboración de cuestionario con herramientas de formularios
3. Uso de formulas financieras para realizar proyecciones

6. Planificación Estratégica.

Creación de un plan estratégico que recoja información para plantear un escenario de venta.

1. Informes
2. Plantillas