



EDUCACIÓN  
CONTINUA

PORQUE LA PREPARACIÓN NUNCA TERMINA  
**EDUCACIÓN CONTINUA UVM**

DIPLOMADO  
**DESARROLLO  
DE HABILIDADES  
PARA EJECUTIVOS  
DE VENTAS**



DIPLOMADO

## DESARROLLO DE HABILIDADES PARA EJECUTIVOS DE VENTAS

---

Diplomado Presencial / Duración 96 horas

### OBJETIVO

Desarrollar y practicar las habilidades y destrezas que todo ejecutivo del área comercial requiere para el logro de los resultados de sus empresas.

### BENEFICIOS

- Mejorar el diseño de estrategias comerciales desarrollando las habilidades personales de los participantes que les permita crecer profesionalmente y empresarialmente.

### A QUIEN VA DIRIGIDO

- Ejecutivos del área comercial de todo tipo de empresas; emprendedores que deseen mejorar su eficiencia comercial personal con el potencial de ser los futuros líderes de la empresa.

[CONOCE MÁS](#)

## MÓDULO 1

**HABILIDADES DE  
NEGOCIACIÓN  
ESTRATÉGICA**

Aplicar la metodología de negociación de Harvard que les permita a los participantes aumentar su habilidad individual como negociadores en situaciones donde tanto los logros como la relación resultan importantes. Obtener el perfil negociador de cada uno de los participantes.

1. Concepto de Negociación Estratégica y sus diferencias contra el regateo
2. Tipos de negociación
  - ¿Todas las negociaciones deben ser ganar-ganar?
3. Determinación del estilo personal de negociar
  - Interés por la relación vs. interés por el objetivo deseado
  - Suave contra duro
4. El método de negociación por principios
  - Separe a las personas del problema
  - Céntrese en los intereses, no en las posiciones
  - Genere alternativas para beneficio mutuo
  - Insista en criterios objetivos
  - MAAN
5. Más allá del NO, 7 principios básicos para negociar
6. El marco de la negociación
  - Información
  - Tiempo
  - Poder
7. Dinámicas, ejercicios, actividades
  - Negociación uno a uno
  - Negociación tripartita
  - Negociación en grupo
8. Desarrollo de la metodología a través del análisis de una película sobre negociación

Cada elemento de la metodología se ve reforzado por la presentación de videos de la Universidad de Harvard ejemplificados por los propios autores

## MÓDULO 2

**VENTAS CONSULTIVAS**

Desarrollar una visión estratégica de la función de ventas en su organización e identificar las diferencias entre los modelos de venta tradicional y el consultivo. Aprender y aplicar la metodología de la venta consultiva para atraer, retener, rentabilizar y fidelizar a los clientes.

1. Visión estratégica de las ventas.
2. Modelos de venta (tradicional vs. consultiva) y tipos de vendedores (charlatán, novato, profesional y consultivo)
3. Transformando la Fuerza de Ventas, de toma-pedidos a asesores consultivos
4. Fases y etapas de la venta consultiva
  - Estrategia
    - Planeación
  - Cita de Ventas
    - Apertura
    - Indagación
    - Asesoramiento
    - Manejo de quejas y objeciones
    - Acuerdos
  - Seguimiento y cierre
  - Post-venta
5. Competencias del asesor consultivo (conocimientos, habilidades y actitudes).

## MÓDULO 3

**COACHING PARA LÍDERES COMERCIALES**

Que el participante aprenda a EMPODERAR a sus vendedores y logre en ellos un mejor desempeño y madurez a través de aplicar la Metodología del Coaching.

1. Introducción
2. Las Megatendencias en el Factor Humano
  - Los Grandes Cambios entre: Modernismo y Post Modernismo
  - Círculo de Preocupación vs. Círculo de Influencia
  - El Reto para los actuales ejecutivos
  - Cambio de Paradigma: Viejo a Emergente
3. El Liderazgo
  - Concepto, importancia, funciones y características
  - Diferencia entre Liderar y Administrar
  - Competencias en la conducción de Equipos de Trabajo
  - Los 5 Atributos de un Líder
4. El Papel de las Ventas
  - Concepto, importancia, principios fundamentales
  - El Ciclo de la Motivación del Cliente
  - El Modelo AIDA Y el Modelo de los 7 Pasos
  - Las Habilidades dentro de cada paso de la Venta Consultiva
  - Práctica sobre el modelo
5. Introducción al Coaching
  - Concepto, origen, importancia, postulados y beneficios
  - Intervenciones que No son Coaching
  - La Pirámide de Oro
  - Las competencias a desarrollar en un Líder-Coach

6. La Tarea de Fijar Metas y Planes de Acción
  - El Área de comodidad como enemigo de la superación
  - El Eje de la Motivación
  - El Papel de las Metas y Técnica de Filtraje
  - Plan de Acción y sus componentes
  - Práctica
7. El Poder del Lenguaje
  - Concepto, importancia y tipos de lenguajes
  - Los Actos Lingüísticos
  - Las Conversaciones Generativas
  - El Observador y el Horizonte de Posibilidades
  - Práctica de Interacción
8. El Manejo de las Preguntas Poderosas
  - Concepto, importancia y estructura
  - Aplicación al comportamiento del Vendedor
  - El Coaching en Caliente y el Coaching en Frío
  - Práctica de Acompañamiento
9. Evaluación y cierre

**CONOCE MÁS**

## MÓDULO 4

**FINANZAS APLICADAS  
PARA EL ÁREA COMERCIAL**

Comprender el impacto financiero de las decisiones comerciales en la rentabilidad de la empresa manejando un lenguaje común con el área financiera de sus empresas.

1. Conceptos fundamentales del lenguaje financiero
  - Principios básicos de Contabilidad
  - Características de la Información Financiera
2. Los Estados Financieros básicos
  - Balance General
  - Estado de Resultados
  - Flujo de Caja
  - Estado de origen y aplicación de recursos
  - El punto de equilibrio
3. Análisis e Interpretación de los Estados Financieros
4. Razones Financieras
  - Razón de liquidez
  - Prueba del ácido
  - Inventarios (rotación, días)
  - Capital de trabajo
  - Endeudamiento
  - Rotación de cartera
  - Cuentas por cobrar
  - Proveedores

**CONOCE MÁS**

## MÓDULO 5

**CREATIVIDAD E  
INNOVACIÓN APLICADO A  
LA MERCADOTECNIA**

Inspirar a través de la enseñanza y uso de ejemplos de empresas innovadoras que motive a los participantes a la búsqueda del cambio y la mejora continua que permitan alinear todo el sistema de una empresa para crear innovación en valor y diferenciarse de su competencia.

El dilema ¿creatividad o innovación?

1. Creatividad
  - Pensamiento Lateral
2. Innovación
  - Tipos de innovación
  - Desarrollo de habilidades para la innovación
  - Razones por las que la gente se resiste al cambio
3. ¿Qué tienen que ver la creatividad y la innovación con la mercadotecnia?
  - El proceso tradicional de la mercadotecnia
  - Niveles de desempeño de la mercadotecnia
  - Los resultados del marketing actual
4. La mercadotecnia lateral
  - La fragmentación de los mercados
  - Formas de “innovar” en las empresas
  - De la mercadotecnia vertical a la mercadotecnia lateral
  - El proceso de la mercadotecnia lateral
  - Creación de brechas
  - Herramientas para cerrar las brechas
5. La Estrategia del Océano Azul
  - Océanos rojos y océanos azules
  - La innovación en valor
  - Herramientas y esquemas analíticos
    - El Cuadro Estratégico
    - El Esquema de las 4 Acciones
    - Características de una buena estrategia
    - Formulación de la Estrategia del Océano Azul
6. Metodología para hacer que se acepten nuevas ideas

## MÓDULO 6

# **ATRAER, RETENER Y DELEITAR A LOS CLIENTES A TRAVÉS DEL SERVICIO**

Desarrollar estrategias para valorar a los clientes leales, generando acciones que los lleven a crear experiencias positivas que logren la retención a largo plazo.

1. ¿Por qué nos abandonan los clientes satisfechos?
2. El Cliente Interno como primer elemento de satisfacción y retención
3. Manejando a los clientes como activos
4. La promesa de servicio, la operación del negocio y los momentos de la verdad
  - Atraer, retener y deleitar a los clientes
  - Caso Disney
5. ¿Todos los atributos del servicio causan satisfacción?
  - El modelo Kano
  - La Matriz importancia/Desempeño
6. Clientes fanáticos: Creando experiencias de consumo
  - El cliente como invitado
7. Sistema para satisfacer al cliente
8. Una mirada especial: El Invitado Difícil
  - Sistema para resolver quejas de clientes molestos



[universidaduvm.mx](http://universidaduvm.mx)