
DIPLOMADO

GERENCIA PROFESIONAL DE VENTAS Y MARKETING

/ PRESENCIAL // 96 HRS.

**EDUCACIÓN
CONTINUA** / **UVVM**



OBJETIVO DEL PROGRAMA

- Desarrollar habilidades y estrategias directivas para fortalecer la eficiencia de la fuerza de Ventas.

BENEFICIOS

- Eficientar la labor de ventas a través del desarrollo de herramientas, estrategias y habilidades.
- Desarrollar líderes en ventas que actúen como agentes de cambio.
- Profesionalizar a la fuerza de ventas con un enfoque estratégico.
- Potenciar las habilidades y competencias de la fuerza de ventas.



¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

- Ejecutivos, Gerentes, Directores y en general a todo el personal interesado en las áreas comerciales, mercadotecnia y personal que tenga relación con el cliente.

01

LIDERAZGO TRANSFORMADOR Y TRABAJO EN EQUIPO PARA LA FUERZA DE VENTAS.

Proporcionar a los participantes las técnicas y herramientas a fin de que identifiquen su estilo personal de liderazgo para aplicarlo a su fuerza de ventas que los conduzca al logro sobresaliente de los objetivos del área a su cargo.

1. Desafío de los líderes en áreas comerciales en las empresas de hoy
2. Los nuevos enfoques de liderazgo y su impacto en la fuerza de ventas
3. Competencias clave del líder
4. Estilos de liderazgo más efectivos en el contexto de trabajo
5. Administración de consecuencias y motivación del equipo de trabajo
6. ¿Cómo reconocer un buen trabajo?
7. Errores más frecuentes de los líderes y cómo evitarlos
8. La retroalimentación para mejorar el desempeño
9. Cómo y cuándo dar reconocimiento y reprender
10. Etapas de desarrollo del equipo
11. Equipos de alto desempeño en las ventas
12. Autoliderazgo e influencia en la fuerza de ventas
13. Conclusiones, evaluación y cierre

02

MERCADOTECNIA Y VENTAS CENTRADAS EN EL CLIENTE.

Conocer el proceso y las herramientas que el departamento de Mercadotecnia tiene como apoyo a la función de ventas centradas en el cliente.

1. Conceptos fundamentales del Marketing
2. La responsabilidad de la mercadotecnia en la estrategia de la empresa
3. El medio ambiente de la mercadotecnia
4. El proceso de la mercadotecnia
5. Posicionamiento
6. Marketing Mix, de las 4 P's a las 4E's
7. Como terminar la guerra entre Ventas y Marketing
8. ¿Ventas o Mercadotecnia?
9. Gerenciar a los clientes como activos
10. El proceso de las ventas centradas en el cliente
11. 8 roles de las ventas centradas en el cliente

MÓDULOS



CONOCE MÁS

03

NEGOCIACIÓN Y CIERRE DE VENTAS.

Reforzar en los participantes las competencias relacionadas con procesos de negociación ante distintos interlocutores y propiciar el logro de acuerdos factibles y altamente efectivos en el proceso de la venta.

1. Negociación. concepto, efecto y alcance.
2. Metodología de la negociación
3. La negociación como proceso y herramienta del proceso comercial
4. Tipos de negociación
5. Beneficios de la negociación
6. Obstáculos de la negociación
7. La negociación como habilidad que puede aprenderse
8. Metodología de la negociación
9. Estilos de vendedores y de clientes en el proceso de la negociación
10. Claves de una negociación efectiva en las ventas
11. Aspectos a tomar en cuenta antes de negociar con el cliente
12. Objetivo, contenido de la negociación y parámetros clave
13. Manejo de objeciones
14. Postura inicial, estrategias
15. Tácticas de negociación en las ventas
16. Cierre de la venta
17. Acuerdos, resumen y seguimiento
18. Errores que deben evitarse en el cierre
19. Práctica de habilidades críticas

04

EMPODERAMIENTO DE LA FUERZA DE VENTAS A TRAVÉS DEL COACHING.

Favorecer en los participantes la adquisición y el desarrollo de competencias relacionadas con las habilidades relacionales y el acompañamiento a través de técnicas conversacionales que permitan conocer a su interlocutor y crearen la interacción una atmósfera que facilite el descubrimiento de la solución que el cliente busca y lograr que perciba el valor del producto o servicio que se le ofrece.

1. La venta estratégica vs la venta tradicional
2. El coaching como herramienta conversacional "ad hoc" para el logro de resultados
3. El vendedor consultor y sus implicaciones
4. Habilidades conversacionales básicas para lograr acuerdos excelentes
5. Estilos de interacción vendedor/cliente
6. Preguntas poderosas en el proceso de venta
7. Técnicas de sintonía con el cliente
8. Metodología del coaching en las ventas
9. Conversaciones públicas y privadas cliente/vendedor
10. El poder de la comunicación corporal
11. Saber "leer al cliente"
12. Errores que deben evitarse en el proceso de venta
13. Rompimiento paradigmático de pensamientos bloqueadores
14. Indicadores de cierre de la venta y confirmación del acuerdo
15. Ética en las ventas

MÓDULOS



CONOCE MÁS

05

PRESENTACIONES DE ALTO IMPACTO PARA LA FUERZA DE VENTAS.

Fortalecer las competencias relacionadas con el diseño y la realización de presentaciones ejecutivas de alto impacto aplicando las técnicas y herramientas de comunicación más efectivas ante diversos auditorios en el contexto de las ventas.

1. Las presentaciones de alto impacto, factor clave de éxito ejecutivo de ventas
2. El diamante de las presentaciones de ventas
3. Analizando la audiencia
4. Perfil de la audiencia y sus implicaciones en las presentaciones
5. Habilidades clave del presentador efectivo
6. Diseñar ambientes generadores del objetivo
7. Cómo iniciar una presentación ligada a la necesidad de los clientes
8. La autoimagen y su proyección para persuadir
9. Variaciones de la voz
10. El lenguaje corporal del vendedor
11. Niveles de escucha
12. Situaciones controversiales y control emocional
13. Estructuración del contenido y los mapas mentales
14. Cómo organizar y preparar su presentación de ventas
15. Cómo manejar a la audiencia
16. Apoyos audiovisuales en las presentaciones
17. Cómo dar por finalizada una presentación de alto impacto

06

FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE A TRAVÉS DEL SERVICIO.

Reforzar en los participantes las competencias clave de una cultura centrada en el servicio como una estrategia diferenciadora que permita fidelizar a los clientes en el largo plazo.

1. Servicio al cliente interno, inicio de una cultura de calidad
2. Actitud contra aptitud en el servicio
3. Mejora de la Calidad personal
4. ¿Están satisfechos con mi actuación?
5. Mapa de comunicaciones con el cliente interno
6. Ciclo del servicio y momentos de la verdad
7. Excelencia en el servicio al cliente externo
8. El servicio al cliente externo, factor distintivo
9. Matriz importancia-desempeño
10. El modelo Kano de satisfacción del cliente
11. El cliente como invitado
12. Manejo de quejas

MÓDULOS



CONOCE MÁS

**EDUCACIÓN
CONTINUA** / **UVM**