

**DIPLOMADO**

**Desarrollo de habilidades**  
para vendedores de alto  
desempeño

En Línea | 6 meses

## Objetivo

- Desarrollar y practicar las habilidades y destrezas que el vendedor debe desarrollar para potenciar su alto desempeño.

## Justificación y antecedentes

- Las sólidas habilidades para la fuerza de ventas potencian la diferencia entre el éxito y el fracaso en el entorno empresarial de hoy. Los ejecutivos de ventas deben tener los conocimientos, habilidades y actitud positiva que les permita el logro de sus objetivos de manera eficiente.

## Este programa está dirigido a...

- Gerentes de ventas, vendedores, ejecutivos del área comercial y emprendedores de todo tipo de empresas; que deseen mejorar su eficiencia y su potencial para convertirse en los líderes de la empresa.

# MÓDULOS

## 01 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.

1. Concepto de Negociación Estratégica y sus diferencias contra el regateo
2. Tipos de negociación
  - 2.1. ¿Todas las negociaciones deben ser ganar-ganar?
3. Determinación del estilo personal de negociar
  - 3.1. Interés por la relación vs. interés por el objetivo deseado
  - 3.2. Suave contra duro
4. El método de negociación por principios
  - 4.1. Separe a las personas del problema
  - 4.2. Céntrese en los intereses, no en las posiciones
  - 4.3. Genere alternativas para beneficio mutuo
  - 4.4. Insista en criterios objetivos
  - 4.5. MAAN
5. Más allá del NO, 7 principios básicos para negociar
6. El marco de la negociación
  - 6.1. Información
  - 6.2. Tiempo
  - 6.3. Poder
7. Dinámicas, ejercicios, actividades
  - 7.1. Negociación uno a uno
  - 7.2. Negociación tripartita
  - 7.3. 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.

# MÓDULOS

## 02 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. Perfil del vendedor tradicional al perfil del vendedor consultivo
2. Objetivos de la venta consultiva
3. Tipología del cliente: comunicarse en su mismo idioma y empatizar con el cliente
4. Creación del clima para la venta
5. Hacer los mensajes creíbles y dirigidos al comando estratégico neuronal
6. Venda a partir del valor no a partir del precio
7. Salvando las barreras racionales que actúan como frenos a la compra
8. Estructura de la comunicación persuasiva que impacte el centro de decisión neuronal
9. Saber indagar y saber escuchar activamente
10. Exponer soluciones y beneficios a necesidades específicas
11. Realización de la propuesta de forma que impacte en su centro de decisión neuronal
12. Manejar la objeción y convertirla en oportunidad: para disminuir el "dolor del pago"
13. Argumentar sin presionar y saber esperar
14. Ofrecer un servicio excelente y con valor agregado para lograr el efecto WOW
15. El seguimiento para conseguir lealtad

## 03 La venta centrada en el cliente

Desarrollar habilidades para mejorar el entendimiento de sus clientes, la capacidad y habilidad de comprender su situación concreta y diseñar experiencias que incrementen su nivel de satisfacción.

1. La venta orientada al cliente
  1. Proceso de venta centrada en el cliente
  2. Importancia de la relación comercial
  3. Fases que incluye el proceso de la venta centrada en el cliente
2. Preparar la mente para una venta eficaz
  1. Visión del futuro
  2. Elementos en la preparación de la mente
3. Entender a los clientes y sus necesidades / deseos
  1. Preguntas relevantes
  2. Aspectos fundamentales para hacer preguntas
4. Fases del proceso comercial
  1. Investigación
  2. Contacto
  3. Reunión
  4. Presentación de la oferta
  5. Negociación
  6. Cierre
  7. Seguimiento
5. Generar confianza
  1. Construyendo relaciones
  2. Requisitos para generar confianza
6. Conclusiones

# MÓDULOS

## 04 Liderar, motivar y empoderar a la fuerza de ventas

Desarrollar las competencias clave para liderar, motivar equipos de ventas cohesionados y de alto rendimiento.

1. Introducción y encuadre del módulo
2. Un binomio de excelencia: Jefe y líder
3. Actividades clave del líder y su equipo de ventas en entornos turbulentos
4. Estilos básicos de liderazgo
5. Cómo aplicar el estilo de liderazgo de acuerdo con el nivel de desarrollo de cada vendedor
6. Administración de consecuencias para la fuerza de ventas
7. Cómo crear y liderar un equipo de ventas motivado y comprometido
8. Comunicar la visión y la estrategia con pasión
9. Diferencias entre delegar y facultar
10. Cómo facultar al equipo
11. Las etapas de madurez del equipo
12. El equipo de ventas de alto rendimiento
13. Conclusiones, evaluación y cierre

## 05 Sales Coaching

Aplicar las técnicas y herramientas del Sales Coaching para apoyar a los colaboradores a extraer los mejores resultados de venta y reforzar sus habilidades de interacción con el cliente

1. Qué es el coaching.
2. Diferencias entre mentoring, entrenamiento y coaching de ventas
3. Qué significa actuar como coach del equipo de venta
4. ¿Quién puede recibir coaching?
5. Modelo SOAR
6. Coaching para el desarrollo de la fuerza de ventas
7. La importancia de la confianza, el respeto y la interacción positiva del líder coach y del colaborador
8. Metodología del Coaching
9. Definir un plan de desarrollo individual del vendedor
10. Los dos pilares del Coaching: Preguntas poderosas y escucha activa
11. Tener conversaciones difíciles: dar feedback y feedforward al vendedor
12. Coaching asertivo frente a vendedores que no progresan
13. Coaching en la entrevista individual con el enfoque GROW
14. Coaching de equipos: El papel de observador del Coach

# MÓDULOS

## 06 Neuroselling: Vender al cerebro de los clientes

Conocer y aplicar las herramientas del neuroselling para desarrollar propuestas de venta basados en los procesos de decisión de los compradores influyendo positivamente en las emociones y los estímulos para provocar una respuesta mental positiva en los consumidores.

1. Neuromarketing, Un nuevo enfoque de la mercadotecnia
  1. ¿Qué es el Neuromarketing?
  2. Las necesidades y los deseos de los clientes
  3. Como se hace un estudio de Neuromarketing?
2. El cerebro nos engaña
  1. Porque confundimos los deseos con la felicidad
  2. ¿Realmente nosotros tomamos las decisiones?
  3. Mensajes subliminales
  4. Neuronas espejo
  5. Marcadores somáticos
  6. Rituales y supersticiones
3. Teorías sobre el cerebro y la toma de decisiones
  1. Comprar duele
  2. El cerebro triunfo
  3. Pensar lento, pensar rápido, Daniel Kanemhan
  4. El cerebro y las emociones
4. Ventas más allá de precios bajos
  1. Anclajes
  2. Señuelos
  3. Precios psicológicos
  4. Placebos
  5. Más allá de la lealtad del cliente
4. De la venta a la neuroventa
  1. Venta tradicional vs neuroventa
  2. Ventas para los sentidos
  3. De lo que produces a lo que vendes
  4. Atributos, beneficios y emociones
  5. Vender al cerebro Reptil
5. Algunas leyes que mueven nuestras voluntades
6. Ética y neuroselling

# Beneficios de estudiar un diplomado



## **Temas actualizados y de vanguardia**

Con gran capacidad de actualización y reinención al ser de una duración más corta que otros posgrados, un diplomado te ofrece una capacitación enfocada en temas relevantes y de alta demanda para el mercado laboral.



## **Capitaliza lo aprendido**

El alto enfoque práctico y estratégico de un Diplomado UVM hace que cada módulo sea aplicable desde el primer día 1 en tus actividades profesionales y desarrollo personal.



## **Mejora tus oportunidades laborales**

Enriquece tu CV especializándote y posíciónate como el mejor candidato.



## **Networking**

No solo compartirás salón de clases con buenos compañeros, también con excelentes profesionistas con los que podrás compartir puntos de vista, tips e incluso oportunidades de negocio.



## **Profesores con más 15 años en experiencia profesional**

Toma clases de la mano de expertos en su disciplina con amplia experiencia compartiendo su conocimiento y trabajando en las mejores empresas nacionales e internacionales.



## **Duración**

La duración promedio de un Diplomado o Certificación es de 4 a 6 meses, así podrás aplicar lo aprendido muy rápidamente y seguir creciendo profesionalmente.



## **Diploma**

Todos nuestros Diplomados y Certificaciones tienen validez curricular.



# Beneficios de la modalidad aula virtual

- **Sesiones en tiempo real**  
Todas las clases son en vivo, así podrás tener una interacción con los profesores y alumnos más dinámica y enriquecedora.
- **Contenido siempre disponible:**  
Podrás consultar y / o descargar el material desde plataforma en cualquier momento del día.  
Además, nuestra plataforma es multidispositivo, podrás estudiar en cualquier computadora de escritorio, laptop, tableta o Smartphone.
- **Soporte técnico:**  
El equipo de soporte técnico estará tu disposición en todo momento para ayudarte a resolver cualquier situación.
- **Asesoría y acompañamiento**  
Podrás programar con flexibilidad, enlaces en vivo para sesiones de avance con tus tutores.
- **Diploma virtual**  
Tu salud es nuestra prioridad, es por eso que al finalizar tu diplomado te entregaremos un documento digital con validez y valor curricular.



EDUCACIÓN  
CONTINUA  
UVM

**PREPÁRATE**