

Educación  
CONTINUA

UVM

**DIPLOMADO**

**Gerencia profesional**  
de ventas y marketing

Aula Virtual | 6 meses

## Objetivo

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

## ¿A quién está dirigido este programa?

- Gerentes, directivos o encargados de cualquiera de las áreas comerciales: marketing o ventas, y busca potencializar y optimizar sus resultados de venta a través de técnicas y herramientas especializadas.

## ¿Qué aprenderás?

- 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.

# TEMARIO

## 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 reprimir
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

# TEMARIO

## 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.                            | 10. | Claves de una negociación efectiva en las ventas            |
| 2. | Metodología de la negociación                                       | 11. | Aspectos a tomar en cuenta antes de negociar con el cliente |
| 3. | La negociación como proceso y herramienta del proceso comercial     | 2.  | Objetivo, contenido de la negociación y parámetros clave    |
| 4. | Tipos de negociación  | 13. | Manejo de objeciones  |
| 5. | Beneficios de la negociación  | 14. | Postura inicial, estrategias                                |
| 6. | Obstáculos de la negociación  | 15. | Tácticas de negociación en las ventas                       |
| 7. | La negociación como habilidad que puede aprenderse                  | 16. | Cierre de la venta  |
| 8. | Metodología de la negociación                                       | 17. | Acuerdos, resumen y seguimiento                             |
| 9. | Estilos de vendedores y de clientes en el proceso de la negociación | 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 la adquisición y desarrollo de competencias relacionales y de acompañamiento a través de técnicas conversacionales para conocer a su interlocutor y crear 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                                     | 8.  | Metodología del coaching en las ventas                       |
| 2. | El coaching como herramienta conversacional "ad hoc" para el logro de resultados | 9.  | Conversaciones públicas y privadas cliente/vendedor          |
| 3. | El vendedor consultor y sus implicaciones  | 10. | El poder de la comunicación corporal                         |
| 4. | Habilidades conversacionales básicas para lograr acuerdos excelentes             | 11. | Saber "leer al cliente"                                      |
| 5. | Estilos de interacción vendedor/cliente  | 12. | Errores que deben evitarse en el proceso de venta            |
| 6. | Preguntas poderosas en el proceso de venta                                       | 13. | Rompimiento paradigmático de pensamientos bloqueadores       |
| 7. | Técnicas de sintonía con el cliente  | 14. | Indicadores de cierre de la venta y confirmación del acuerdo |
|    |  | 15. | Ética en las ventas  |

# TEMARIO

## 05 Presentaciones de alta 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 persuadir9. 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 de 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 externo8. 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

# Beneficios de estudiar un diplomado



## Temas actualizados y de vanguardia

Con gran capacidad de actualización y reinversión 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 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 tiempos real:**

Todas las clases son en vivo, así podrás tener una interacción con los profesores y alumnos más dinámica y enriquecedora.
- **Sesiones grabadas y en tiempo real**

Estudia a tu ritmo, puedes consultar todas las sesiones en el horario que más te convenga.
- **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:**

Cuentas con un tutor a través de la plataforma en enlaces en vivo, chat o Whatsapp a distancia en tiempo real, para resolver tus dudas y dar retroalimentación.
- **Diploma Virtual:**

Al finalizar tu diplomado te entregaremos un documento digital con validez y valor curricular.

**Educación  
CONTINUA** | **UVM**

**uvm.mx**