

Diplomado en Gerencia Comercial Estratégica

Modalidad presencial (bajo el modelo de Presencialidad Asistida por Tecnología PAT)

PRESENTACIÓN

La orientación comercial de las organizaciones, es más que un requerimiento, una convicción para el crecimiento rentable y competitivo de las empresas, comercializando su portafolio con base en la construcción de valor y generando experiencias de clientes que garanticen recompra con satisfacción.

La visión de los ejecutivos comerciales debe focalizarse en construir relaciones sostenibles y rentables con sus mercados, buscando diferenciarse no solo por los beneficios del producto si no con agregados que logren una posición única de marca.

El mundo de las organizaciones se ha tornado en un exigente terreno, en donde solo los mejores acompaños de equipos de alto rendimiento logran desafiar las diferentes circunstancias y barreras comerciales para el logro de sus metas.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

GENERAL

Desarrollar habilidades de Dirección de Ventas para enfrentar con éxito cualquier actividad comercial en los diferentes sectores de la economía con una visión estratégica y con la capacidad de construir relaciones estructuradas con el mercado, para las organizaciones y su portafolio de productos.

ESPECÍFICOS

- Desarrollar habilidades propias del Liderazgo de equipos comerciales, que permitan a los participantes obtener de resultados efectivos en áreas de ventas.

- Identificar y reforzar las habilidades requeridas para lograr un liderazgo comercial de alto impacto.

PERFIL DEL INTERESADO

Gerentes, directores, jefes de ventas, supervisores y coordinadores comerciales, KAM, ejecutivos de ventas y profesionales de otras áreas que por sus actividades o trabajo deben desempeñar actividades o funciones de mercadeo y ventas.

METODOLOGÍA

El Diplomado contempla diferentes estrategias y medios didácticos como: conferencias teóricas, presentación de videos, de casos y talleres eminentemente prácticos en los cuales el docente y los participantes analizan casos y situaciones propias de la empresa y de otras empresas de diferentes sectores de la economía tanto a nivel local como a nivel internacional.

Módulo

Contenido

Intensidad

1 MOTIVACIÓN E INCENTIVOS EN LA FUERZA DE VENTAS

Actitud Vs. Aptitud en el ejercicio comercial

- Motivación: Desarrollo conceptual
- Estilos de liderazgo y su impacto en la motivación de los equipos de venta
- Recompensas Vs. Incentivos
- Salario emocional en la fuerza comercial

9 horas

2 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LA GESTIÓN COMERCIAL

¿Qué es creatividad?: desmitificación y esencia

- Niveles, importancia y estudios recientes
- Bloqueos emocionales, culturales, perceptuales
- Barreras organizacionales
- Salir de la zona de confort
- Superación, motivación y desarrollo
- De la idea a la práctica: innovación
- El proceso innovador
- El ejecutivo creativo e innovador, clave del éxito

13 horas

3 PLANEACIÓN Y NEGOCIACIÓN ESTRATÉGICA DE VENTAS

Plan de gestión de ventas: Conceptualización.

- El proceso de planeación estratégica de ventas
- Establecimiento de Objetivos de ventas: Cómo hacerlo
- Herramientas de seguimiento interno y externo en la gestión comercial
- Relación de poder y confianza en la negociación con el equipo de ventas
- Negociación por principios y negociación por posiciones.
- Mutuo beneficio: ventajas y aplicaciones.
- Las objeciones: importancia y análisis.
- Cómo mejorar el poder de negociación con los equipos comerciales
- Ejercicios prácticos

13 horas

4 LIDERAZO EFECTIVO EN LAS VENTAS

Carácter situacional del liderazgo

- Liderazgo centrado en resultados
- Tipos de liderazgo efectivo en la gestión comercial
- Cómo promover el autoliderazgo al interior de los equipos
- El concepto de madurez en el liderazgo
- Lecciones de liderazgo
- Análisis de las capacidades de liderazgo
- Perfil de habilidades de Liderazgo
- Quién es un líder y quién no?
- Ejercicios prácticos

9 horas

5 COMUNICACIÓN ASERTIVA CON EQUIPOS DE ALTO RENDIMIENTO

Comunicación efectiva: análisis, proceso e importancia

- Barreras en la comunicación y cómo eliminarlas
- Las Jerarquías Asertivo-Receptivas
- Combinar Asertividad y Receptividad
- Agresión y no Asertividad
- Importancia y aplicación del PNL en el Comunicación
- Optimización de los sentidos a través de PNL
- Perfiles de cada uno de los canales de representación sensorial
- Dimensiones de la comunicación no verbal
- Comunicación sin palabras: clave del éxito
- Ejercicios prácticos

13 horas

6 GERENCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE

La administración del servicio en las ventas

- Qué implica prestar un excelente servicio
- ¿Por qué se pierden los clientes?
- Por qué buscar la calidad en el servicio
- El cliente interno y externo en el servicio
- Factores de influencia de los momentos de verdad
- El ciclo del servicio
- La cultura del servicio
- Estrategia del servicio: Etapas
- Componentes básicos del buen servicio
- Habilidades mínimas de una persona que contacta clientes
- Conocimientos y requisitos mínimos del personal que contacta clientes
- Valor patrimonial de un cliente satisfecho e insatisfecho
- El Líder y su compromiso frente al servicio.

13 horas

7 MARKETING DIGITAL

Conceptos básicos de marketing Digital

- Tipos de presencia Online
- Ventajas y desventajas del Marketing Digital
- Cómo convertir las herramientas digitales en prospectos efectivos
- Indicadores de marketing digital
- Social Media Marketing

13 horas

8 DESARROLLO DE EQUIPOS COMERCIALES

Equipos de alto rendimiento: Una iniciativa de calidad.

- Equipos de Alto rendimiento comercial
- Qué es y qué no es trabajo en equipo
- Conocimiento del equipo y sus miembros
- Factores claves en el desarrollo de equipos comerciales efectivos
- Desarrollo de relaciones de colaboración
- Análisis de la efectividad de un equipo comercial
- Características de los equipos de trabajo altamente efectivos
- El trabajo en equipo: una mirada hacia el futuro

13 horas

9 LIDER COACH DE VENTAS

Coaching como herramienta comercial

- Diferencia entre Coaching y Mentoring: Aplicaciones
- Características del Leader Coach
- Estructura de liderazgo en equipos de venta a través del Coaching
- Cómo desarrollar un coaching efectivo de ventas
- Ejercicios prácticos

12 horas

EQUIPO DOCENTE

Expertos en esta área del conocimiento



ANDRÉS ARIAS
COORDINADOR ACADÉMICO

ista especializado en Administración y Gerencia de Mercadeo. Actualmente cursando la maestría en Emprendimiento e Innovación de la Universidad del Rosario. Profesional enmarcado sobre la exigencia de innovar y conducir procesos y plantear soluciones a retos empresariales que exige la actualidad. Alta capacidad para orientar grupos de trabajo, con habilidades comerciales y de liderazgo para crear estrategias y posicionar en el mercado productos y servicios con base en el cumplimiento de metas. Con alta experiencia en la estructuración de contenidos académicos en diferentes áreas de aprendizaje: administrativas, financieras, jurídicas, humanas, económicas, sociales y salud. Excelentes relaciones interpersonales, con aptitudes sobresalientes para el servicio al cliente, propositivo, responsable y con facilidades para trabajar en grupo. Finalmente, un ser humano que antepone a todas sus labores los principios éticos para contribuir al desarrollo de una sociedad basada en la justicia



ALEJANDRO LOSADA BLANDÓN
DOCENTE

DBA - Doctor of Business Administration. Master of Science with a major in Marketing - Atlantic International University - USA. Especialista en Gerencia de Mercadeo - Universidad

Jorge Tadeo Lozano. Baccalauréat of Business Administration - Université du Québec a Chicoutimi, Québec

Canadá. Administrador de Empresas de la Escuela de Administración de Negocios.

Lozano. Estudios en Montaje de contenidos y actividades de aprendizaje en plataformas Virtuales como apoyo a la presencialidad. Coach Ejecutivo, International Consulting Group. Amplia experiencia como consultor y asesor empresarial en programas de Habilidades de Negociación (Efectiva), Coaching Gerencial, Mercadeo y Ventas, Planeación Estratégica, Gerencia del Servicio, Networking, entre otros, dirigidos a empresas Nacionales y Multinacionales. Consultor asociado de Focus Internacional para programas de capacitación y desarrollo en diferentes empresas. Docente en programas de Maestría y Formación Continuada en diferentes universidades como: Colegio de Estudios Superiores en Administración (CESA), EUDE European Business School, Universidad Sergio Arboleda, Universidad del Rosario, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Universidad De Nariño, Universidad Popular Del Cesar, entre otras. Miembro de la Red Latinoamericana de Conferencistas IF - SCCE. Algunos cargos desempeñados: Gerente de Capacitación y Desarrollo en INCOGROUP S.A. Gerente de Venta Empresarial de COMPENSAR - Caja de Compensación Familiar. Actualmente, Consultor Senior de International Consulting Group y Asesor y Consultor Especializado de la Cámara de Comercio de Bogotá, desde donde presta sus servicios como consultor, asesor y facilitador a Importantes Empresas Nacionales y Multinacionales.



LUIS TAYRON LOSADA PEDRAZA
DOCENTE

DBA - Doctor of Business Administration - Atlantic International University - USA. Master en gestión del Marketing de la Escuela de Organización Industrial E.O.I. en Madrid (España). Leadership and Teambuilding - Universidad de Texas. Administrador de Empresas de la Universidad Javeriana. Participó en el proyecto Zero de la Universidad de Harvard. Estudios de Electrónica y Especialización en Marketing y Telecomunicaciones en Estocolmo (Suecia). Mentor certificado por la Red Hispanoamericana de Mentores con sede en San Isidro de Heredia (Costa Rica). Miembro Embajador para Colombia de la Red Global de Mentores con sede en Argentina. Miembro de la Red Mundial de Conferencistas con sede en Alemania.

RECURSOS TECNOLÓGICOS

Uso de la plataforma Webex. Todos los docentes y estudiantes deberán tener un buen acceso a internet, sonido y cámara para poder facilitar las sesiones.

CERTIFICADOS

La Universidad Ean expide un certificado por participación a quienes asistan al 80% de las sesiones programadas. Los certificados se generan y entregan el día de cierre del programa únicamente a aquellos participantes que hayan cumplido con el mínimo requerido en la presente propuesta en la sesión inmediatamente anterior a la finalización.

DURACIÓN

108 horas