



## 1. INFORMACIÓN GENERAL

<b>Nombre del programa:</b>	GERENCIA DE VENTAS Y CIERRE DE NEGOCIOS
<b>Tipo de programa:</b>	Diplomatura
<b>Facultad articulada:</b>	Ciencias Económicas y Administrativas
<b>Programa articulado:</b>	Administración de Empresas
<b>Duración:</b>	120 horas

### **Público objetivo:**

Gerentes, directivos, directores comerciales, ejecutivos y personal encargado de ventas y/o compras de empresas de diferentes sectores que deseen conocer o reforzar conceptos avanzados de ventas y cierre de negocios, como negociaciones efectivas.

### **Justificación:**

Es bien conocido que en los entornos de competitividad actual el área comercial es quien sostiene las actividades y buena marcha de una empresa, y en el afán de incrementar las ventas teniendo a los ejecutivos la mayor parte del tiempo afuera en busca de clientes y de aumentar las ventas con los clientes cautivos, las organizaciones se olvidan de capacitar a su fuerza de ventas, con lo cual las técnicas de venta utilizadas se vuelven obsoletas frente a los desafíos de un mercado cambiante y en constante evolución. Igualmente Negociar eficientemente es el resultado óptimo de aplicar herramientas específicas de planificación, desarrollo y evaluación de técnicas certeras de persuasión. Es por ello que en este curso se abordarán las habilidades ejecutivas de negociación, usando estrategias, en donde el conflicto y poder negociador de los clientes sea reconocido como un estado natural, desarrollando habilidades específicas de planificación y técnicas de persuasión para el logro de los objetivos estratégicos de las organizaciones, como elementos que mejoren la tarea gerencial de los equipos de ventas.

En los entornos de competitividad actual se hace necesario potencializar permanentemente los conocimientos y destrezas comerciales dentro de los equipos, amén a que el área de ventas es quien genera los ingresos dentro de cualquier empresa. Bajo esta premisa, se hace pertinente el acompañar a los vendedores y comerciales en la generación de estrategias que permitan, aumentar las ventas con los clientes actuales, potencializar a los inactivos y encontrar nuevos nichos de mercado. Las ventas tradicionales ya no funcionan, pues el público cambió. Se hace entonces necesario entrenar y dirigir mejor a los equipos en técnicas de negociación, que les permita enfocarse en cumplir con los objetivos empresariales de supervivencia, crecimiento y generación de utilidades, mediante la gestión de ventas, el buen manejo de las propuestas y objeciones de los clientes en busca de cierres exitosos de ventas y el mantenimiento de los clientes.

**Objetivo general:**  
 Generar mejores formas en la dirección comercial y estrategias de ventas a los ejecutivos que permitan cerrar negocios más exitosos y tener fuerzas de ventas y miembros del área con mejores niveles de negociación

- Objetivos específicos:**
- Fomentar en los ejecutivos habilidades en el manejo de las técnicas de ventas y de negociación, para el logro de los objetivos de la empresa.
  - Entrenar al equipo en la gerencia del cliente y administración de la venta y en el cierre de negocios
  - Capacitar a los asistentes sobre la elaboración de un plan de ventas con base en sus metas  
 Potenciar aspectos de dirección y liderazgo de los equipos de ventas.

**Competencias a adquirir:**  
 -Conocer los puntos clave en el proceso de ventas y la capacidad de negociación.  
 -Establecer una metodología de negociación eficaz.  
 -Construir el perfil de vendedor y negociador exitoso.  
 -Aplicar correctamente los pasos de la negociación con base en escenarios

**Conocimientos previos requeridos:**

## 2. ESTRUCTURA

Módulo	Temas	Intensidad horaria
<b>CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS VENTAS EN EL CONTEXTO DEL MARKETING CORPORATIVO</b>	Las ventas y su impacto en la organización con entornos de alta competitividad. Las ventas en el contexto del marketing corporativo. Perfil y competencias requeridas del nuevo rol del gerente de ventas y del vendedor profesional y el equipo de ventas.	<b>16 HORAS</b>
<b>FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS</b>	Introducción a las responsabilidades generales de la gerencia de ventas y sus múltiples funciones directivas y administrativas (perfil de cargos) Estructura organizacional del área de ventas y de la fuerza comercial. Liderazgo del gerente de ventas Motivación a vendedores Plan de incentivos para la fuerza de ventas Bases de evaluación de desempeño a vendedores, informes y control en ventas. Administración del tiempo y agendas Casos prácticos	<b>16 HORAS</b>
<b>EL PLAN COMERCIAL</b>	Plan de marketing (segmentación de clientes, perfil del cliente, prospección de clientes) plan de ventas y modelo deservicio. Relación entre el plan de ventas y la planeación estratégica de la empresa.	<b>12 HORAS</b>

	Acompañamiento al vendedor en el terreno Formato para un plan comercial (dummie)	
<b>NUEVOS ROLES DE DIRECCIÓN DE LA FUERZA DE LAS VENTAS Y MODELO INTEGRAL DE LA VENTA CONSULTIVA</b>	La venta consultiva – venta moderna Gerencia del cliente en la venta (CRM) Tareas gerenciales de: inducción, entrenamiento, capacitación y potencialización del equipo. Casos prácticos	<b>20 HORAS</b>
<b>CIERRES Y NEGOCIACIÓN EN VENTAS, MODELOS Y TÉCNICAS</b>	La negociación en el entorno empresarial y en la vida cotidiana. La función de la negociación en ventas Elementos de la negociación y comunicación Tipos de personalidad del rol de negociador y vendedor. Técnicas efectivas de ventas y cierres exitosos (acuerdos) Cómo reconocer la forma de comunicarse y empatizar con el cliente. Aspectos fundamentales en el cierre de ventas según el tipo de cliente. Casos prácticos	<b>20 HORAS</b>
<b>GERENCIANDO EL SERVICIO EN VENTAS</b>	El servicio como diferenciador de la relación exitosa con el cliente Importancia estratégica del servicio en ventas El vendedor y la promesa de servicio Elementos de un servicio que fideliza al cliente. Proceso de la gerencia del servicio y las experiencias del cliente con los productos y servicios de la marca. Casos prácticos	<b>12 HORAS</b>
<b>COACHING Y NEURO LIDERAZGO PARA LAS VENTAS</b>	Ventas + coaching & PNL + Datos, un modelo generador de valor para líder y equipos. Competencias, habilidades y características del vendedor de alto rendimiento. Clientes: 4 temperamentos. Coaching basado en datos. Entrando en la mente del cliente. Rompiendo las barreras mentales del vendedor. Las herramientas que ofrecen el coaching y la PNL en la gestión comercial. Preguntas poderosas y escucha activa Líder comercial coach (LCC) Casos prácticos	<b>12 HORAS</b>

<b>ESTIMACIONES Y HERRAMIENTAS CUANTITATIVAS DE LAS VENTAS Y PRESUPUESTACIÓN</b>	Administración del sistema de información de ventas Pronósticos y presupuestos de ventas Taller de simulación presupuestal Asignación de cuotas y territorios Costos administrativos, ventas y logísticos Indicadores de gestión de ventas y de medición de la fuerza de ventas Casos prácticos	<b>12 HORAS</b>
<b>3. METODOLOGÍA</b>		
Exposiciones magistrales, paneles de experiencias, diálogos interactivos, talleres, videos y casos.		