



Diplomado

Gerencia Estratégica de ventas

| El liderazgo comercial que optimiza resultados

Horas: 90 | Modalidad: Online en vivo

La gerencia de ventas es una de las principales protagonistas en el logro de resultados de la organización. Sobre ella coexisten no solo el logro de los indicadores más importantes del negocio, sino también la sostenibilidad presente y futura de la empresa.

El diplomado en **Gerencia Estratégica de Ventas** es un programa intensivo, dinámico y de alto nivel que va más allá de los conceptos básicos y tradicionales en ventas, donde los asistentes tendrán la oportunidad de conocer los conceptos y estrategias más novedosas para construir **negocios rentables y sostenibles**, seleccionar el mejor equipo de ventas y analizar desde una perspectiva financiera su negocio.

Objetivo General

Consolidar una gerencia comercial que lidera equipos, construye estrategias ganadoras y resultados de largo plazo y asegura los indicadores que generan tranquilidad y confianza en los dueños del negocio o en sus accionistas.





Universidad
Icesi

Objetivos específicos



Comprender los conceptos más importantes del mercadeo actual para traducir la estrategia de mercadeo en resultados perdurables para el negocio.



Identificar los elementos clave para contratar los mejores vendedores, construir una estrategia de entrenamiento, definir planes de incentivos y desarrollar su fuerza de ventas.



Conocer e interpretar el lenguaje de las finanzas en el terreno comercial para desarrollar estrategias y políticas comerciales que respeten la rentabilidad del negocio y los indicadores que son pilares para la sostenibilidad de la organización.



Analizar la situación actual del mercado desde una perspectiva macroeconómica que permita crear estrategias para superar los desafíos de una economía compleja.



Desarrollar un modelo de gerencia comercial maduro, capaz de analizar el tamaño del equipo comercial, el comportamiento de las ventas y la planeación de la demanda (forecast), para satisfacer las necesidades del mercado y el negocio.



Consolidar una estrategia de servicio al cliente con resultados excepcionales para el negocio y que cultive la relación con los clientes leales a la organización.



Desarrollar un modelo de negociación y de técnicas de ventas que sea parte esencial de la cultura de trabajo de la fuerza de ventas y que favorezca la construcción de negocios rentables y sostenibles en el marco de la ética y las buenas prácticas comerciales.

Dirigido a:

Directores y gerentes de ventas, así como a Key Account Managers, vendedores y asesores comerciales que deseen mejorar su desempeño y con proyección futura en sus carreras profesionales.

Metodología:

El programa se desarrollará bajo la modalidad de metodología activa, donde se les entregará a los participantes el material de estudio para que en clase se desarrollen ejercicios prácticos con ejemplos extraídos de situaciones del día a día de la empresa que simulan una situación real; también, se hará análisis de casos, talleres, discusión y aplicación de temas relacionados con el desarrollo personal y presentaciones breves de tipo magistral, bajo la coordinación del docente y la participación activa de los asistentes.

- Martes y jueves de 6:00 a 9:00 p.m.

*Los cambios eventuales que se puedan presentar en la programación inicial (fechas, horarios, docentes) serán informados oportunamente a los estudiantes.

Certificación:

La certificación de participación será emitida con mínimo el 80% de participación en el programa.





Módulo 1	<p>GERENCIAR ESTRATÉGICAMENTE</p> <p>Sesión 1. Fundamentos de mercadeo (con enfoque em marketing digital)</p> <ul style="list-style-type: none">• Las variables del proceso de marketing que impactan el proceso comercial.• La generación de la demanda y la venta (pull-push).• Cómo medir la gestión del marketing.• El plan de mercadeo.• Cómo saber si la estrategia de marketing funciona (indicadores clave). <p>Sesión 2. Estrategia y estructura comercial</p> <ul style="list-style-type: none">• Planeación de la demanda.• Técnicas para la definición del presupuesto de ventas.• Dimensionamiento de la fuerza de ventas (sizing comercial).• Metodologías prácticas y reales para definir el modelo de negocio comercial.• Definición y puesta en marcha de la estrategia comercial.
Módulo 2	<p>POTENCIAR A LA FUERZA DE VENTAS</p> <p>Sesión 3. Gestión del talento humano en el área comercial</p> <ul style="list-style-type: none">• Técnicas de reclutamiento y selección de la fuerza de ventas.• El proceso de inducción y formación en el cargo.• Evaluar el desempeño del área comercial.• Modelos de entrenamiento y desarrollo de la fuerza de ventas. <p>Sesión 4. Diseño de planes de comisiones e incentivos</p> <ul style="list-style-type: none">• El plan de incentivos.• Modelos para el pago de comisiones.• Medición de la productividad de la fuerza de ventas (definición de indicadores de gestión). <p>Sesión 5. El gerente de ventas como coach</p> <ul style="list-style-type: none">• Coaching como estrategia para mejorar la productividad y el desempeño de la fuerza de ventas.• Verificación y valoración del aprendizaje, la modificación de conductas y la generación de resultados.• Formularios de registro y seguimiento para la trazabilidad del proceso.• El Coaching a distancia (qué hacer cuando se tiene un equipo fuera del territorio base)
Módulo 3	<p>COMPETENCIAS Y PROCESOS TRANSVERSALES FUNDAMENTALES EN LA GERENCIA ESTRATÉGICA DE VENTAS</p> <p>Sesión 6. Finanzas que impactan el ejercicio comercial</p> <ul style="list-style-type: none">• Los indicadores financieros que debe conocer y dominar el gerente de ventas (costo de inventario, rotación de inventario, rentabilidad, flujo de caja, etc.).• Las decisiones estratégicas clave del área comercial que se toman sobre la base de las finanzas.• Apalancamiento operativo y financiero.• Lo que todo gerente de ventas debe saber e interpretar sobre los estados financieros para la toma acertada de decisiones. <p>Sesión 7. Gerencia del servicio excepcional</p> <ul style="list-style-type: none">• Desarrollo e implementación de un protocolo de servicio al cliente (SAC).• Generación de valor a través del servicio.• Tipologías de clientes: cómo orientar el mensaje de servicio.• Técnicas de comunicación para la modificación de hábitos y conductas de clientes difíciles.• Estrategias para orientar y fomentar una cultura de servicio al cliente: clienting, CRM y CEM. <p>Sesión 8. Técnicas avanzadas de ventas y negociación</p> <ul style="list-style-type: none">• Fundamento de las técnicas de ventas: la evolución del proceso comercial.• Destrezas avanzadas de ventas: estilos sociales y perfiles psicodemográficos.• Inteligencia emocional aplicada en las ventas.• Modelos de negociación.• Técnicas de negociación en contextos difíciles.

JUAN MANUEL GONZÁLEZ SÁNCHEZ

Docente de mercadeo de servicios y experiencia del cliente.

Profesor experimentado con una historia demostrada de trabajo en la educación superior como director de pregrado. Sólidas y reconocidas habilidades profesionales en gestión educativa, gestión de mercadeo, experiencia del cliente y mercadeo de servicios, entre otros. Amplio conocimiento en calidad y mejora continua en entornos educativos de pregrado y posgrado, con especial énfasis en la gestión curricular y aseguramiento del aprendizaje.

CARLOS ALBERTO BOTERO ROLDÁN

Mg. Especialista en Mercados.

Administrador de Empresas de profesión. Ha profundizado sus conocimientos en la investigación de los mercados y la Cultura de Servicio con la creación del programa ASES (atención y servicios excepcionales). Ha participado como jurado evaluador de proyectos de base tecnológica para Colciencias, Director de Mercadeo y Publicidad, investigador de mercados para Spinoffs y consultor empresarial.

RAFAEL VICENTE ORTIZ ZAPATA

Psicólogo especialista en modelos de negociación.

Psicólogo con más de 22 años de experiencia en el área comercial y se ha especializado en el estudio y desarrollo de modelos de negociación que generen valor para el largo plazo, cuenta con un Postgrado en Management y se desempeñó por más de 15 años como Gerente de Entrenamiento para el área Comercial diferentes organizaciones difundiendo sus programas de entrenamiento, formación y desarrollo en diferentes países de LATAM.

JOHN VINASCO

Experto en el área comercial y la consultoría organizacional.

Con experiencia en empresas nacionales y multinacionales del sector financiero, manufacturero y de servicios. Estudió Economía y se fue especializando en el comportamiento humano a través de la programación neuro-lingüística, desde donde ha apoyado diferentes procesos de una manera exitosa. Ha dirigido varios diplomados y cursos en esta área. Cuenta con certificaciones internacionales en Coaching, Servicio al cliente y Gestión del conocimiento.

CARLOS MARIO ARANGO SALAS

Ingeniero industrial y MBA con concentración en Finanzas.

Con amplia experiencia en temas relacionados con banca de inversión (estructuración financiera de proyectos, valoración de compañías, fusiones y adquisiciones, evaluación financiera de proyectos), consecución de negocios, y consultoría financiera para distintos sectores de la industria local y extranjera. Además, asesorando entidades públicas, privadas y multilaterales, también como perito de parte en diferentes tribunales de arbitramento.

ARLEX BALLESTEROS

Master en Psicología del Consumidor.

Certificado en Comportamiento Neuro ventas. Experiencia práctica en dirección de equipos de ventas en diferentes organizaciones. Ha desarrollado proyectos para apalancar la estrategia de expansión de grandes compañías desarrollando planes comerciales que han contribuido exitosamente al incremento de la lealtad de clientes que generan ingresos rentables y sostenibles para el negocio, así como la implementación de alianzas y convenios con miras al crecimiento corporativo.



Obtén más información

mercadeoeducontinua@icesi.edu.co

+57 313 4875121

Universidad Icesi, Calle 18 No. 122 -135 Cali - Colombia
www.icesi.edu.co

Encuétranos como Universidad Icesi en:

