

DIPLOMADO EN



Desarrollo de Competencias en Dirección Comercial (D.C.D.C.)



■ OBJETIVO

Potencializar la labor de todo profesional responsable de la gestión de equipos comerciales, a partir de la construcción de un espacio de discusión y análisis de diferentes propuestas académicas y vivencias personales, para conformar un modelo de trabajo práctico y aplicable, que obedezca al perfil de competencias deseables para un líder de esta naturaleza, logrando que su gestión se vea reflejada en logros personales y los del equipo que dirige.

■ DIRIGIDO A

Gerentes de Ventas, Gerentes Generales, Gerentes Comerciales, Vendedores Master, Directores Comerciales, Coordinadores de Fuerza de Ventas, Jefes de Zona, Líderes de Equipo, Ejecutivos Junior, Vendedores Especializados, Medianos Empresarios, Profesionales Independientes.

■ ESTRATEGIA METODOLÓGICA

- Estrategia pedagógica estructurada para adultos, o andragogía.
- Espacios altamente participativos e interactivos con uso de herramientas lúdicas.
- Personalización del diseño metodológico y generación de espacios de discusión aplicables a cada temática.
- Establecimiento de un documento resumen de los aportes que surjan durante el proceso.
- Doble beneficio: como espacio de discusión y actualización académica, y en cuanto los conocimientos son aplicables de manera inmediata en cada organización.

■ EQUIPO DE DOCENTES

- Leonor Beltrán
- Belmer Villa
- Carlos A. Niampira
- Guillermo Castro
- Otto Roncancio
- Ricardo A. Bueno T.
- Darío A. Parra P.
- Emigdio A. Martínez L.
- Jaider Bautista

■ CERTIFICACIÓN OTORGADA

- Título de Diplomado expedido por la universidad y/o por el consultor.
- Certificado expedido por la firma de Consultoría como: **Sales Director**.

Nota:

- Para acceder al título de diplomado se debe cumplir con la asistencia y participación activa de un 80% de las sesiones programadas, es decir, 96 horas.
- Para acceder al certificado de la firma de consultoría, se debe adicionalmente, presentar los talleres de cada sesión debidamente diligenciados, ante la coordinación del proyecto académico.

Estructura de los Diplomados

- Cada diplomado está programado con una duración de 120 horas.
- Cada diplomado consta de 6 cursos, con una intensidad horaria de 20 horas.
- Cada curso consta de 5 seminarios taller, con una intensidad horaria de 4 horas.

Horario

GRUPO 1

Jueves, Viernes y Sábado
de 8.00 a.m. a 12.00 m. y de 1.00 p.m. a 6.00 p.m.

Duración:

una vez al mes (Cuatro meses).

GRUPO 2

Viernes de 5:30 p.m. a 9:30 p.m.
Sábados de 7:00 a.m. a 1:00 p.m.

Duración:

12 semanas / 10 horas semanales (Tres meses)

CURSO 1	CURSO 2	CURSO 3	CURSO 4	CURSO 5	CURSO 6
Perfil de competencias del director comercial	Roles de la dirección Comercial	Marketing de bases de datos y microsegmentación	Planeación de la gestión de ventas	Coaching y mentoring en equipos comerciales	Control y auditoría de los equipos comerciales
1.1. Seminario: Perfil de competencias del director comercial.	2.1. Seminario: Roles para una dirección comercial exitosa.	3.1. Seminario: Estrategias de marketing y ventas.	4.1. Seminario: Planeación de la gestión de ventas.	5.1. Seminario: Estrategias para lograr la productividad del equipo comercial.	6.1. Seminario: Parámetros para la medición de resultados en equipos comerciales.
1.2. Seminario: Factores actitudinales del líder comercial.	2.2. Seminario: Roles de dirección del equipo de trabajo y productividad.	3.2. Seminario: Conformación y marketing de la base de datos para ventas.	4.2. Seminario: Geomarketing y georeferenciación en la determinación de zonas y rúters.	5.2. Seminario: Estrategias de coaching para equipos comerciales.	6.2. Seminario: Identificación y ponderación de indicadores de desempeño y resultado de equipos comerciales.
1.3. Seminario: Conocimiento del cliente interno y dinámica organizacional.	2.3. Seminario: Roles de coordinación y eficiencia administrativa.	3.3. Seminario: Criterios y procesos de microsegmentación de las bases de datos.	4.3. Seminario: Estimación de presupuestos y construcción de pronósticos de ventas.	5.3. Seminario: Estrategias de mentoring para equipos comerciales.	6.3. Seminario: Aplicación de herramientas de control y auditoría de los equipos comerciales.
1.4. Seminario: Conocimiento del cliente externo y definición de estrategias comerciales.	2.4. Seminario: Roles de relaciones con los clientes externos y visión de largo plazo.	3.4. Seminario: Personalización de microsegmentos y tipología de clientes.	4.4. Seminario: Estrategias para la conformación de un equipo comercial exitoso.	5.4. Seminario: Configuración de estímulos y motivadores para los equipos comerciales.	6.4. Seminario: Evaluación, retroalimentación y ajuste de indicadores de la gestión en ventas.
1.5. Seminario Taller: Autoevaluación del perfil de competencias del líder comercial.	2.5. Seminario Taller: Lista de verificación de los roles del directivo comercial.	3.5. Seminario Taller: Ejercicio de microsegmentación.	4.5. Seminario Taller: Formulación y diseño del plan de gestión de ventas.	5.5. Seminario Taller: Ejercicio de coaching y mentoring.	6.5. Seminario Taller: Construcción de indicadores de gestión.