

DIPLOMADO EN

Gerencia Estratégica de Ventas (G.E.V.)



■ OBJETIVO

Identificar y establecer los parámetros para llevar a cabo la implementación de estrategias gerenciales exitosas para la venta de los bienes o servicios de la empresa, diseñando e implementado un óptimo plan de la gestión de ventas, una adecuada dirección de los equipos comerciales y la adopción de formatos de venta consultiva que permitan mejorar los volúmenes y calidades de las ventas, dando respuesta, de manera adecuada, a las necesidades y expectativas de los clientes, tanto individuales como corporativos, de la misma.

■ DIRIGIDO A

Gerentes Generales, Gerentes y Directivos, Gerentes de Producto, Gerentes de Zona, Vendedores Master, Directores Comerciales, Coordinadores de Fuerza de Ventas, Jefes de Zona, Líderes de Equipo, Ejecutivos Junior, Vendedores Especializados, Pequeños y 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

- Mauricio Valdés
- Juan Carlos Bolaños
- Iván Moya
- Belmer Villa
- Emigdio A. Martínez L.
- Luis Carlos Ibarra
- Catalina Acevedo M.
- Germán Echavarría
- Nubia del Pilar Díaz
- Guillermo Castro

■ CERTIFICACIÓN OTORGADA

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

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.

DIPLOMADO EN Gerencia Estratégica de Ventas



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 vendedor	Planeación de la gestión de ventas	Reconceptualización del proceso de ventas	Estrategias de negociación en ventas	Venta consultiva	Dirección de la fuerza de ventas
1.1. Seminario: Perfil de competencias del vendedor.	2.1. Seminario: Conformación de las bases de datos y microsegmentación.	3.1. Seminario: Conocimiento del mercado y preventa.	4.1. Seminario: Fundamentos de negociación.	5.1. Seminario: De la venta clásica a la venta consultiva.	6.1. Seminario: Gestión del talento humano y clima organizacional.
1.2. Seminario: Factores actitudinales del vendedor.	2.2. Seminario: Georeferenciación y geomarketing, zonificación y ruteo.	3.2. Seminario: La venta, paso a paso.	4.2. Seminario: Modelo de Negociación de Harvard.	5.2. Seminario: Parámetros de la venta consultiva.	6.2. Seminario: Estrategias de coaching en ventas.
1.3. Seminario: Conocimiento del cliente interno y dinámica organizacional.	2.3. Seminario: Presupuestos y pronósticos de ventas.	3.3. Seminario: Habilidades de persuasión y negociación en ventas.	4.3. Seminario: El entorno de la negociación.	5.3. Seminario: El rol del vendedor consultivo.	6.3. Seminario: Estrategias de mentoring en ventas.
1.4. Seminario: Conocimiento del cliente externo y definición de estrategias comerciales.	2.4. Seminario: Determinación del número y perfil de asesores comerciales requeridos.	3.4. Seminario: Estrategias y técnicas para el acuerdo y cierre de la venta.	4.4. Seminario: Las partes en la negociación.	5.4. Seminario: La nueva dinámica de las relaciones con los clientes.	6.4. Seminario: Estrategias de motivación y reconocimiento de los equipos comerciales.
1.5. Seminario Taller: Autoevaluación del perfil de competencias del asesor comercial.	2.5. Seminario Taller: Diseño del plan de gestión de ventas.	3.5. Seminario Taller: Juego de roles – Clínica de Ventas –	4.5. Seminario Taller: Análisis de casos.	5.5. Seminario Taller: Ejercicio práctico de negociación.	6.5. Seminario Taller: Lista de verificación de las actividades de dirección comercial.

Certificación como SALES MANAGER