

DIPLOMADO EN

Marketing de Base de Datos y Venta Consultiva (M.B.D.V.C.)



■ OBJETIVO

Presentar herramientas concretas, prácticas y funcionales, para implementar una eficiente estrategia de marketing de base de datos que sustente las actividades de la venta consultiva, entendida como una tendencia comercial que se hace necesaria en la construcción de relaciones estables, duraderas, crecientes y de largo plazo, con la totalidad de clientes de la organización y en cumplimiento de los objetivos corporativos de la misma.

■ DIRIGIDO A

Asesores Comerciales, Vendedores Master, Directores Comerciales, Coordinadores de Fuerza de Ventas, Jefes de Zona, Líderes de Equipo, Ejecutivos Junior, Vendedores Especializados, Medianos Empresarios, Profesionales Independientes, Docentes y Consultores.

■ 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

- Belmer Villa
- Carlos A. Niampira
- Alejandro Schnarch
- Alejandro Dacosta
- Néstor Diazgranados
- Darío A. Parra P.
- Guillermo Castro
- Emigdio A. Martínez L.
- Iván Moya
- Mauricio Valdés

■ CERTIFICACIÓN OTORGADA

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

DIPLOMADO EN Marketing de Base de Datos y Venta Consultiva



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 |
|---|---|--|---|---|---|
| El nuevo contexto de las ventas y el re-direccionamiento estratégico de la organización | Fundamentos y ventajas de la venta consultiva | Marketing de bases de datos y microsegmentación | Planeación de la gestión de ventas en la venta consultiva | Dirección de la fuerza de ventas, coaching y mentoring en equipos comerciales | El perfil del vendedor consultivo |
| 1.1. Seminario: La empresa en función del cliente | 2.1. Seminario: Conceptualización sobre la venta consultiva | 3.1. Seminario: Las bases de datos como herramienta comercial | 4.1. Seminario: Planeación de la gestión de ventas en la venta consultiva | 5.1. Seminario: Perfil de competencias del equipo comercial | 6.1. Seminario: Competencias del vendedor consultivo |
| 1.2. Seminario: La gestión comercial como eje de la organización | 2.2. Seminario: De asesor comercial a consultor | 3.2. Seminario: Microsegmentación y tipología de clientes | 4.2. Seminario: Etapas en el abordaje de los clientes | 5.2. Seminario: Procesos de selección, inducción y entrenamiento de la fuerza de ventas | 6.2. Seminario: Conocimientos básicos del vendedor consultivo |
| 1.3. Seminario: Reconceptualización de la venta | 2.3. Seminario: Las exigencias del mercado | 3.3. Seminario: Sicología y comportamiento del consumidor | 4.3. Seminario: Pronósticos y presupuestos de venta | 5.3. Seminario: Coaching y Mentoring del equipo comercial | 6.3. Seminario: Habilidades y destrezas del vendedor consultivo |
| 1.4. Seminario: Etapas de la venta | 2.4. Seminario: Las exigencias del cliente | 3.4. Seminario: Micro segmentación, micro mercadeo y ventas | 4.4. Seminario: Zonificación, ruteros y ayuda - ventas | 5.4. Seminario: Criterios de remuneración y estímulo de la fuerza de ventas | 6.4. Seminario: Factores actitudinales para la venta consultiva |
| 1.5. Seminario Taller: La venta paso a paso | 2.5. Seminario Taller: Ejercicio de Venta consultiva | 3.5. Seminario Taller: Construcción y análisis de bases de datos | 4.5. Seminario Taller: Bases para la planeación de la gestión de ventas | 5.5. Seminario Taller: Plan de trabajo para la dirección de la fuerza de ventas | 6.5. Seminario Taller: Análisis de las competencias del vendedor consultivo |