

GERENCIA PROFESIONAL
DE VENTAS Y MARKETING
AULA VIRTUAL
(96 horas)

Objetivo:

- Desarrollar competencias de dirección y manejo de equipos de venta, liderazgo, tomas de decisiones estratégicas de ventas y alcance de resultados.

Dirigido a:

- Ejecutivos o gerentes de venta y/o personal del área comercial que deseen mejorar su eficiencia y su liderazgo en ventas., de todo tipo de empresas; emprendedores que buscan profesionalizar su fuerza de ventas.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - **Diploma Digital** con **validez curricular** y **tecnología Blockchain** con código QR y de verificación.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 60 años** de **experiencia académica**, más de **150 programas educativos** y más de **180 programas de excelencia** a nivel nacional.

Adquieres **conocimientos** y **habilidades esenciales** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

Los **Diplomados y Certificaciones UVM** enriquecen tu **CV** y te posicionan como **el mejor candidato**.

Al estudiar el programa podrás:

Potenciar competencias de liderazgo.



Gestionar y desarrollar equipos de venta para el logro de objetivos.



Eficientar la labor de ventas a través del desarrollo de herramientas, estrategias y habilidades directivas.



MÓDULOS

01 Liderazgo transformador y trabajo en equipo para la fuerza de ventas

1. Desafío de los líderes en áreas comerciales en las empresas de hoy
2. Los nuevos enfoques de liderazgo y su impacto en la fuerza de ventas
3. Competencias clave del líder
4. Estilos de liderazgo más efectivos en el contexto de trabajo
5. Administración de consecuencias y motivación del equipo de trabajo
6. ¿Cómo reconocer un buen trabajo?
7. Errores más frecuentes de los líderes y cómo evitarlos
8. La retroalimentación para mejorar el desempeño
9. Cómo y cuándo dar reconocimiento y reprender
10. Etapas de desarrollo del equipo
11. Equipos de alto desempeño en las ventas
12. Autoliderazgo e influencia en la fuerza de ventas
13. Conclusiones, evaluación y cierre

02 Mercadotecnia y ventas centradas en el cliente

1. Conceptos fundamentales del *marketing*
2. La responsabilidad de la mercadotecnia en la estrategia de la empresa
3. El medio ambiente de la mercadotecnia
4. El proceso de la mercadotecnia
5. Posicionamiento
6. *Marketing mix*, de las 4 P's a las 4E's
7. Como terminar la guerra entre ventas y *marketing*
8. ¿Ventas o mercadotecnia?
9. Gerenciar a los clientes como activos
10. El proceso de las ventas centradas en el cliente
11. 8 roles de las ventas centradas en el cliente

03 Negociación y cierre de ventas

1. Negociación: concepto, efecto y alcance
2. Metodología de la negociación
3. La negociación como proceso y herramienta del proceso comercial
4. Tipos de negociación
5. Beneficios de la negociación
6. Obstáculos de la negociación
7. La negociación como habilidad que puede aprenderse
8. Metodología de la negociación
9. Estilos de vendedores y de clientes en el proceso de la negociación
10. Claves de una negociación efectiva en las ventas
11. Aspectos a tomar en cuenta antes de negociar con el cliente
12. Objetivo, contenido de la negociación y parámetros clave
13. Manejo de objeciones
14. Postura inicial, estrategias
15. Tácticas de negociación en las ventas
16. Cierre de la venta
17. Acuerdos, resumen y seguimiento
18. Errores que deben evitarse en el cierre
19. Práctica de habilidades críticas

04 Empoderamiento de la fuerza de ventas a través del *coaching*

1. La venta estratégica vs la venta tradicional
2. El *coaching* como herramienta conversacional “*ad hoc*” para el logro de resultados
3. El vendedor consultor y sus implicaciones
4. Habilidades conversacionales básicas para lograr acuerdos excelentes
5. Estilos de interacción vendedor/cliente
6. Preguntas poderosas en el proceso de venta
7. Técnicas de sintonía con el cliente
8. Metodología del *coaching* en las ventas
9. Conversaciones públicas y privadas cliente/vendedor
10. El poder de la comunicación corporal
11. Saber “leer al cliente”
12. Errores que deben evitarse en el proceso de venta
13. Rompimiento paradigmático de pensamientos bloqueadores
14. Indicadores de cierre de la venta y confirmación del acuerdo
15. Ética en las ventas

05 Presentaciones de alta impacto para la fuerza de ventas

1. Las presentaciones de alto impacto, factor clave de éxito ejecutivo de ventas
2. El diamante de las presentaciones de ventas
3. Analizando la audiencia
4. Perfil de la audiencia y sus implicaciones en las presentaciones
5. Habilidades clave del presentador efectivo
6. Diseñar ambientes generadores del objetivo
7. Cómo iniciar una presentación ligada a la necesidad de los clientes
8. La autoimagen y su proyección para persuadir
9. Variaciones de la voz
10. El lenguaje corporal del vendedor
11. Niveles de escucha
12. Situaciones controversiales y control emocional
13. Estructuración del contenido y los mapas mentales
14. Cómo organizar y preparar su presentación de ventas
15. Cómo manejar a la audiencia
16. Apoyos audiovisuales en las presentaciones
17. Cómo dar por finalizada una presentación de alto impacto

06 Fidelización de cliente a través del servicio

1. Servicio al cliente interno, inicio de una cultura de calidad
2. Actitud contra aptitud en el servicio
3. Mejora de la Calidad personal
4. ¿Están satisfechos con mi actuación?
5. Mapa de comunicaciones con el cliente interno
6. Ciclo del servicio y momentos de la verdad
7. Excelencia en el servicio al cliente externo
8. El servicio al cliente externo, factor distintivo
9. Matriz importancia-desempeño
10. El modelo Kano de satisfacción del cliente
11. El cliente como invitado
12. Manejo de quejas

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Asesoría y acompañamiento. Cuentas con un facilitador por módulo para guiarte durante tu curso.

Aplica lo que aprendas de forma inmediata.

Nota: Si no asistes a las sesiones en vivo con el profesor en las fechas y horarios establecidos, tendrás 30 días naturales para ver completa la grabación de la clase en Teams® y realizar la actividad asignada para que acredites el módulo.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx