

DIPLOMADO EN GERENCIA COMERCIAL ESTRATÉGICA



**UNIVERSIDAD
DEL NORTE**

Vigilada Mineducación

**Educación
Continuada**



CECUnorte

Mayores informes
Teléfonos: (605) 3500922
cec@uninorte.edu.co
www.uninorte.edu.co/web/educacion-continuada

Justificación

La orientación comercial de las organizaciones es más que un requerimiento, una convicción para la competitividad de las empresas, comercializando su portafolio con base en la construcción de valor y generando experiencias que garanticen recompra.

La visión de los ejecutivos comerciales debe construir relaciones rentables con sus mercados, buscando diferenciarse no solo con el producto, sino con agregados que logren una posición única de marca y así lograr las metas de crecimiento empresarial.

El mundo de las organizaciones se mueve en un exigente terreno, en donde solo las mejores, acompañadas de equipos de alto rendimiento y líderes comerciales que desafíen las diferentes situaciones, alcanzan ritmos de crecimientos con su mercado y acorde a sus objetivos, este programa desarrolla las habilidades para alcanzar con éxito la dirección comercial estratégica de las compañías.

Dirigido a:

Profesionales de diferentes áreas que por su trabajo tienen que desarrollar actividades comerciales, gerentes de ventas, directores comerciales, supervisores de ventas, ejecutivos de ventas, emprendedores, empresarios y todos aquellos que requieran mejorar sus resultados en ventas.

Duración del programa

El curso se desarrollará en un total de 9 semanas, con una intensidad de 10 horas semanales divididas en dos sesiones, para un total de 90 horas de trabajo.

Resultados de aprendizaje

- Estar en capacidad de conocer las diferentes variables del área comercial para plantear estrategias de crecimiento en los diferentes sectores de la sociedad
- Enfrentar con éxito las diferentes circunstancias y problemáticas típicas del área comercial, para el logro de los objetivos empresariales
- Aprovechar eficientemente todas las herramientas, apoyos, presupuestos y posibilidades con que se cuenta en las organizaciones para plantear, desarrollar y ejecutar actividades comerciales.
- Guiar con éxito equipos de ventas en la construcción de relaciones comerciales en los mercados en que se participe
- Dirigir, motivar, persuadir, controlar y potencializar equipos comerciales, frente a las diferentes circunstancias del mercado.
- Entender el área comercial como parte de la organización, la cual requiere y apoya al resto de la empresa.
- Conocer el entorno y sus variables que afectan el modelo de negocio en el cual se desarrolla.

Metodología

Presentación práctica de los temas con ejemplos y ejercicios actuales que construyan una cultura comercial.

Generar espacios de discusión alrededor de lecturas y elementos novedosos investigados por los conferencistas y participantes

Los talleres serán desarrollados mediante juegos de roles tomando como base proyectos reales de los participantes.

Contenido

MÓDULO I DESARROLLO DE LA VISIÓN COMERCIAL

OBJETIVOS

Generar visión en la gestión comercial y analizar su importancia en las relaciones con los demás departamentos de la organización y su relevancia frente al mercado que se enfrenta.

Temas

- El área comercial y su contexto estratégico
- La visión y evolución de los mercados
- Factores estratégicos del análisis del entorno
- Las clases de futuros y su planeación
- Prospectación y perspectiva
- Construcción de valor
- Análisis de la competencia

MODULO II MARKETING ESTRATÉGICO

OBJETIVO

Desarrollar todos los conceptos estratégicos de marketing, para forjar líderes comerciales, que se basen en la construcción de valor como fundamento de consumo y generación de fidelidad

Temas

- Los argumentos de la venta como soporte de Mercadeo
- Factores de éxito en marketing:
- Marca, posicionamiento segmentación
- Diferenciación y construcción del valor del portafolio de productos
- Desarrollo del portafolio de productos
- Comunicación estratégica
- Impacto y activación
- Analógica
- Digital
- Innovación comercial

MODULO III VENTA ESTRATÉGICA

OBJETIVO

Recorrer los diferentes componentes del proceso de ventas, para entender los contactos con el cliente y así lograr mejorar los resultados de ventas y sus relaciones con el cliente

Temas

- Pensamiento estratégico del vendedor
- Ayudar a comprar
- Facilitadores de compra
- Proceso de ventas
- Administración de la venta
- Contactos y presentaciones efectivas
- Seguimiento y Cx
- Coaching al vendedor
- Planificación de la venta
- Control y desarrollo de la fuerza de ventas
- Administración del cliente
- Profundización del cliente
- Clases y manejo
- Contactos efectivos
- Preguntas inteligentes
- Manejo de las objeciones
- Acuerdos de ventas

MÓDULO IV DIRECCIÓN DE VENTAS

OBJETIVO

Entregar al participante herramientas para plantear, administrar, orientar, controlar y dirigir estrategias comerciales y su forma de llevarlas desde el interior de la empresa hasta el mercado.

Temas

- Presupuestos de ventas
- Métricas de ventas
- Variables de la comunicación estratégica
- Aumento de la productividad en las relaciones comerciales
- Formación
- Protocolos de ventas
- Objeciones de ventas
- Clínicas de ventas

MÓDULO V NEGOCIACIÓN COMERCIAL

OBJETIVO

Desarrollar las habilidades y el conocimiento de las técnicas en el proceso de negociación comercial

Temas

- El marco de la negociación
- Desarrollo de las variables para negociar
- Clases de negociación
- El arte de comunicar
- El premio de la negociación: La recompra
- Modelos de negociación

MODULO VI HABILIDADES GERENCIALES

Objetivo

Crear en los participantes una estructura gerencial en la toma de decisiones y la dirección con éxito de las empresas

Temas

- Competitividad
- Cambio
- Equipos de alto rendimiento
- Gerenciamiento eficaz
- Coaching comercial

MODULO VII GERENCIA COMERCIAL ESTRATÉGICA

Objetivo

Profundizar en los diferentes escenarios de la economía de mercados, para entender y poder plantear estrategias comerciales que mejoren los resultados en ventas.

Temas

- Objetivo comercial
- Generación de consumo
- Recompra
- Valores agregados de a ventas
- Estrategias de venta
- Construcción de clientes

Experto facilitador

Iván Moya Jiménez

MBA en Gestión de Marketing, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Administrador de Empresas, con estudios de alta gerencia en Mercadeo, Ventas y Servicio en E.E.U.U, Francia, Brasil y Argentina.

Ha sido Presidente del Grupo ECON para América Latina, miembro de la junta directiva, de ACEC, Laboratorios Provet, Grupo Econ, Biochen, Gerente de Mercadeo para el área Andina y del Caribe de Sanofi Winthrop grupo Francés, Gerente de mercadeo en Biochen Farmacéutica, Product Manager en Producto Roche Suiza y Colombia, Gerente de Planeación y Mercadeo en Abbott Laboratorios, Asesor de PROEXPORT en Merchandising, para los exportadores, Vicepresidente de Mercadeo de la Asociación Colombiana de Ejecutivos Comerciales.

Ha sido conferencista y consultor en diferentes empresas entre otras: ANDI Camara de Arroz, Roa, Diana, Flor Huila, Agrícola de seguros, Bolívar, Pfizer, Conalvidrios, Compañía Nacional de Chocolates, Procter and Gamble, Unilever, Colgate Palmolive, 3 M, Hoeschet, Provet, I.S.S. Fondo Nacional del Notariado, I.B.M., American Air Lines.

Es profesor invitado a Maestrías y Postgrados de las Universidades: Javeriana, Nacional de Colombia, Sabana, CESA, Xochicalco en Tijuana y Mexicali, México, ADEN en Argentina, Panamá, Ecuador, Costa Rica, San Salvador, Honduras.

Fue reconocido como el mejor profesor de Postgrados de la U. Jorge Tadeo Lozano, en el periodo 2003, mejor profesor del MBA en la U de Xochicalco, Mexicali, 2018. Autor del libro: "Pídalo" y "Gestión de Ventas" y numerosos artículos para revistas nacionales e internacionales.