

Diplomado Business Management

Duración 112 horas

Objetivo general:

Desarrollar gerentes y ejecutivos de venta, altamente motivados y capaces de enfrentarse a los retos de comunicación y persuasión, que reclama el mercado actual, altamente competitivo y demandante, así como desarrollo de habilidades para negociar, analizar problemas y darles solución a los mismos.

Todo el diplomado converge en un punto común: la orientación y conocimiento de las expectativas del cliente.

Beneficio:

1. El programa incluye los elementos principales de la venta exitosa: Técnica, comunicación, manejo de Información, negociación, prospectación, objeción y cierre.
2. Siendo la venta una actividad que debe despertar emociones en el prospecto y el cliente, se manejan durante todo el programa, los conceptos relacionados con la forma de sorprender al cliente.
3. El vendedor exitoso requiere fuertes dosis de automotivación, por lo que uno de los pilares de este programa es el que se refiere al plan de vida del vendedor visionario.
4. Se lleva a cabo una profunda reflexión acerca de lo que significa la fuerza de una marca personal y los beneficios que esta arroja al vendedor.
5. Se analiza el enfoque de la venta en su relación con las demás áreas de la empresa, como el vendedor profesional necesita interrelacionarse con cada una de ellas para lograr el éxito esperado.

Dirigido a:

1. Gerentes de ventas cuyo trabajo sea en forma preponderante en el campo.
2. Ejecutivos de venta que estén siendo capacitados para cubrir puestos gerenciales de ventas.
3. Ejecutivos de telemarketing con posibilidades de desempeñarse como vendedores en el campo.
4. Ejecutivos de mercadotecnia que necesiten, por las características de su actividad profesional, adentrarse en el área de las ventas.

Requisito:

Licenciatura terminada.

Contenido:

Módulo 1 Imagen ejecutiva

Proporcionar a los participantes las diferentes técnicas y habilidades que se hace necesario poner en práctica, a efecto de orientar el esfuerzo de los ejecutivos de ventas hacia un mayor conocimiento del cliente, producto y mercado, buscando una mejora constante en los resultados; asimismo, provocar en los ejecutivos de ventas, la reflexión continua sobre la importancia que tiene en su actividad profesional, la orientación al cliente.

Temario

1. Conocimiento del mercado
2. Conocimiento de nuestros clientes
3. Análisis de las empresas orientadas al servicio
4. Beneficios de la venta y trascendencia del vendedor
5. Temores a los que se enfrenta el vendedor profesional
6. Bloqueadores de la venta
7. Valores, cualidades del vendedor profesional
8. Conducta del vendedor profesional frente al medio ambiente
9. Análisis de la conducta del consumidor
10. Manejo de información
11. Técnicas de comunicación
12. Técnicas de prospección
13. Técnicas de planificación
14. Técnicas para manejar la objeción
15. Técnicas de cierre
16. Técnicas de conceptualización de la venta
17. Dinámicas de grupo
18. Conclusiones

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 2 Formulación estratégica corporativa

Creación de marcas personales en cada uno de los integrantes de una fuerza de ventas comprometida y con altos estándares de desempeño, a efecto de que el mercado los perciba en forma diferente a como percibe al resto de los vendedores que compiten entre sí.

Esto conlleva el que el participante conozca las diferentes metodologías para entender el problema del cliente - prospecto, y lo pueda resolver con un enfoque de trascendencia personal en el mercado.

Temario

1. Entendiendo las expectativas del cliente
2. El concepto de la marca personal en ventas
3. La creación de una marca personal en el vendedor
4. La venta basada en emociones
5. La post - venta
6. Dimensionamiento de un servicio de trascendencia
7. Ventas rentables
8. Ventas de largo plazo
9. Ventas virales
10. Ventas consultivas
11. Ventas bajo presión
12. Ventas con visión
13. Análisis de casos
14. Conclusiones

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 3 Modelos exitosos de liderazgo y coaching

Proporcionar a los participantes las técnicas que se siguen para transmitir el mensaje de la venta con asertividad y efectividad, analizando las diferentes formas y modalidades de la comunicación, tanto de persona a persona, como de persona a grupos.

Temario

1. Técnicas de presentación personal
2. Análisis del lenguaje oral y corporal
3. Técnicas de lectura transmitiendo un mensaje al auditorio
4. Técnicas de lectura resumida
5. Técnicas de apoyo para transmitir un mensaje
6. Presentación de tema con apoyos visuales
7. Construcción de apoyos visuales para hacer una presentación
8. Contingencias en la presentación (improvisación)
9. Junta de trabajo
10. Preparación de la presentación utilizando el esquema de mapas mentales
11. Técnicas de preparación de la presentación, para motivar a terceros
12. Estructura de la presentación en síntesis
13. Conclusiones
14. Casos prácticos

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 4 Mercadotecnia de servicios

Analizar con los participantes las estrategias, habilidades y herramientas que lleva consigo un proceso ético de negociación y un adecuado manejo de conflictos, en la efectividad y logro de resultados para la organización, vista esta como un todo, pero con efectos en cada una de sus partes y en cada uno de sus integrantes.

Temario

1. La naturaleza del proceso de negociación, Interdependencia y conflicto
2. Variables que intervienen en la negociación de la venta
3. Temores a los que se enfrenta el negociador profesional en ventas
4. Perfil, cualidades y actitudes del negociador profesional en ventas
5. Modelos de negociación y su aplicación en ventas
6. El riesgo, la incertidumbre y la certeza, factores clave de la negociación en ventas
7. Manejo de paradigmas y adaptación al cambio en ventas
8. La planeación del proceso de negociación y su preparación en la venta
9. Las estrategias y tácticas de negociación en ventas
10. Ética y negociación; los valores de la empresa y de la persona
11. Conclusiones
12. Casos prácticos

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 5 Business intelligence.

Analizar con los participantes el fenómeno de la motivación, como eje central para el logro de los resultados en ventas, y el efecto de sus interacciones en lo personal, en lo laboral y en lo social.

Temario

1. Concepto y significado de la motivación
2. Construyendo la visión del vendedor
3. Las escalas de valores; su diseño personal e implementación
4. El vendedor emprendedor
5. Innovación, audacia y riesgo, en el vendedor
6. Manejo de la adversidad en ventas

7. Manejo del estrés y sus efectos adversos
8. Compromisos, responsabilidades y construcción de acuerdos
9. El logro y el ser capaz como elementos motivacionales
10. Ética en ventas
11. Conclusiones
12. Casos prácticos

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 6 Administración de proyectos

Reflexionar con los participantes acerca de cómo las metas personales, familiares y profesionales, tienen una constante relación entre sí, por lo que en todo momento se hace necesario identificar la interacción entre ellas.

Temario

1. Plan de vida
2. Objetivos y metas de vida
3. Los cómo y los cuándo en el plan de vida del vendedor
4. Planeación de carrera, con visión de crecimiento
5. Distintos roles sociales que desempeña el vendedor y sus correlaciones e interdependencias
6. Desarrollo laboral
7. Cualidades laborales
8. Atributos laborales
9. Plan de liderazgo
10. Plan de formación
11. El entorno familiar, laboral, social, académico del vendedor
12. Plan de desarrollo integral de la persona
13. Conclusiones
14. Casos prácticos

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 7 Finanzas estratégicas.

Proporcionar el lenguaje y las herramientas básicas necesarias para obtener la confianza que facilitará el entendimiento de las bases de un negocio.

Que el participante adquiriera una visión global sobre la importancia estratégica que tienen las Finanzas a fin de impulsar una cultura financiera.

Obtener los conocimientos necesarios para evaluar la rentabilidad de un proyecto.

Temario

1. Tendencias globales y visión de futuro.
2. Entendiendo las finanzas de una empresa.
3. Los proyectos de inversión y el financiamiento a largo plazo
4. Cómo generar valor en una organización

IMPORTANTE:

Se requiere computadora con excel habilitado.

Duración del módulo: 16 horas

