

Certificado de Competencias

Dirección Estratégica de Ventas (Programa en Línea)

Duración 153 horas

Objetivo general:

Los participantes de este Diplomado desarrollarán la capacidad de analizar las condiciones externas e internas de la empresa, así como identificar y potenciar sus ventajas competitivas para formular, implementar y evaluar las estrategias necesarias para posicionar exitosamente sus productos y/o servicios en el mercado.

Beneficio:

Adquirir nuevos conocimientos que permitan realizar presentaciones más exitosas, facilitar el cierre de ventas y entablar relaciones comerciales a largo plazo con los clientes debido a los cambios continuos que se presentan en los mercados y en el comportamiento del consumidor.

Adicional a estos beneficios académicos y profesionales, el participante, de manera opcional, podrá realizar algunas actividades y retos (adicionales al plan de estudios general) para ser candidato a la obtención de alguna de las siguientes microcredenciales:

Análisis y formulación de estrategias de mercado (Trayecto 2)

Desarrollo de habilidades gerenciales de liderazgo en ventas (Trayecto 6)

Dirigido a:

Líderes comerciales de ventas en proceso de actualización gerencial.

3 años en el puesto o puestos afines.

Licenciatura o Ingeniería terminada, recomendada pero no obligatoria

Requisito:

Conocimientos intermedios de Business Administración.

Contenido:

Módulo 1 Diagnóstico del ambiente de negocios en el contexto de la globalización

Los participantes serán capaces de identificar las principales variables económicas que afectan a las empresas, analizar el impacto sobre sus ventas y pronosticar su comportamiento futuro.

Temario

1. Análisis del ciclo económico
2. Análisis de las variables macroeconómicas básicas en relación a las ventas
3. Análisis de la demanda y oferta
4. Sensibilidad de la demanda y estructuras de mercado
5. Determinación de los pronósticos histórico y de causa-efecto
6. Proyecto integrador Trayecto 1

Duración del módulo: 19 horas

Módulo 2 Planeación estratégica comercial

Los participantes serán capaces de formular las mejores estrategias para posicionar exitosamente sus productos, servicios y marcas en el mercado, así como trazar un plan estratégico comercial, definir con claridad a los clientes, identificar las ventajas competitivas de la empresa y aplicar los modelos de análisis estratégico que han desarrollado las principales consultoras del mundo.

Temario

1. Planeación estratégica comercial
2. Introducción: identificación de tipos de clientes
3. Diseño de la estrategia de mercadotecnia
4. Posicionamiento y valor de marcas
5. Proyecto integrador Trayecto 2

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 3 Mercadotecnia digital y nuevas estructuras en ventas

Los participantes serán capaces de revisar y rediseñar la estructura organizacional de la empresa y de su área comercial con un enfoque dirigido al cliente y a partir de los procesos de innovación organizacional más recientes. Asimismo, los participantes serán capaces de dirigir una transformación digital en el área comercial de la empresa a través de la implementación del e-business, e-commerce y la mercadotecnia digital.

Temario

1. Mercadotecnia digital
2. E-commerce/E-business
3. Estructuras tradicionales en ventas
4. Nuevas estructuras: cultura y rentabilidad
5. Proyecto integrador Trayecto 3

Duración del módulo: 22 horas

Módulo 4 Optimización de recursos logísticos

Los participantes serán capaces de analizar y administrar los canales de distribución y gestionar integralmente la cadena de suministro, así como evaluar los territorios, diseñar las rutas, asignar el número de vendedores y establecer las cuotas de ventas.

Temario

1. Decisiones de distribución
2. Evaluación del territorio y cálculo de ruteo
3. Asignación de número de vendedores por zona
4. Proyecto integrador Trayecto 4

Duración del módulo: 21 horas

Módulo 5 Desarrollo, dirección y motivación de la fuerza de ventas

Los participantes serán capaces de revisar los procesos de reclutamiento y selección, diseñar un sistema de recompensas óptimo, promover la formación de equipos de trabajo exitosos y generar la sinergia necesaria para crear las condiciones de motivación y trabajo ideales para el personal de ventas. Asimismo, confirmarán la importancia de la innovación y la creatividad en la economía y la sociedad actuales y podrán formular las estrategias necesarias para impulsar su desarrollo en el área de ventas a través de herramientas tales como el Customer Relationship Management (CRM) y el Sales Force Automation (SFA).

Temario

1. Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas
2. Entorno y motivación del área de ventas
3. Trabajo en equipo y sinergia para el servicio
4. Creatividad e innovación disruptiva
5. Proyecto integrador Trayecto 5

Duración del módulo: 14 horas

Módulo 6 Liderazgo

Los participantes conocerán y desarrollarán las habilidades necesarias para ejercer un liderazgo inspirador e instrumentar una adecuada gestión de los recursos humanos del área de ventas. Asimismo, podrán evaluar objetivamente el desempeño de la fuerza de ventas e implementar las herramientas apropiadas para su desarrollo profesional y personal, tales como el Empowerment y el Coaching. Adicionalmente, conocerán y aplicarán las principales técnicas y estrategias de negociación, especialmente la metodología de Harvard.

Temario

1. La cabeza comercial en su rol de mánager o de vendedor
2. Liderazgo
3. Valuación de la fuerza de ventas
4. Métodos de evaluación
5. Empowerment
6. Coaching gerencial y el factor humano
7. Técnicas y estrategias de negociación
8. Proyecto integrador Trayecto 6

Duración del módulo: 16 horas

Módulo 7 Administración de relaciones con clientes y calidad en el servicio

Los participantes serán capaces de diseñar, implementar y medir las estrategias necesarias para ofrecerle al cliente un servicio de calidad y una experiencia extraordinaria que aseguren su satisfacción total y su lealtad. Podrán también estimar el valor cuantitativo y cualitativo de los clientes y formular con ellos las estrategias que puedan incrementar dicho valor.

Temario

1. La orientación al mercado y sus implicaciones
2. Valor del cliente para la empresa
3. Desarrollando/Creando valor para el cliente
4. Administración de relaciones con clientes, creando/generando un CRM
5. Servicio al cliente y calidad en el servicio
6. Diseño de experiencias de servicio
7. Medición de la calidad en el servicio

8. Proyecto integrador Trayecto 7

Duración del módulo: 22 horas

Módulo 8 Finanzas aplicadas a ventas

Los participantes serán capaces de conocer y medir objetivamente el desempeño y rentabilidad de la empresa a través del análisis de sus estados financieros, de sus razones financieras, de su Valor Económico Agregado (EVA por sus siglas en inglés) y del comportamiento de los Indicadores Clave de Desempeño (KPI, por sus siglas en inglés) que se integran en su Tablero de Control (Balanced Scorecard). Asimismo, podrán identificar el método más apropiado para determinar el presupuesto de ventas y administrar integralmente un Sistema de Información en Ventas (SIV) para la empresa.

Temario

1. La planeación financiera en las ventas: identificación de las variables financieras que afectan los procesos comerciales
2. Generación de valor financiero en las empresas
3. El estado de resultados orientado a la administración comercial profesional
4. Compensación de la fuerza de ventas y flujo de efectivo
5. Rentabilidad del mercado y Balanced ScoreCard
6. Determinación, control y evaluación de presupuesto de ventas
7. Proyecto integrador Trayecto 8

Duración del módulo: 17 horas

Módulo 9 Acreditación del Certificado

Retomar todos los conocimientos y habilidades desarrolladas durante el programa e integrarlos en una evidencia de aprendizaje que será evaluada por un tutor quien calificará al participante de acuerdo con criterios previamente establecidos.

Temario

Se contextualizará sobre el desarrollo del proyecto de acreditación del programa.

Se explicará cómo integrarán los elementos teóricos que revisaron a lo largo todo el programa así como las expectativas de la entrega final para acreditarlo.

Duración del módulo: 6 horas