



DIPLOMADO | PRESENCIAL

ALIADO:  **Fenalco**
META

**ESPECIALIZADO EN GERENCIA COMERCIAL
ESTRATÉGICA EN VENTAS INTELIGENTES
LA IA COMO TU ALIADA ESTRATÉGICA**

CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo 1.

LA ESTRATEGIA

- I. **Planes y estrategias de mercadeo y ventas.**
 - Cambios en el entorno y su incidencia en la empresa.
 - Plan estratégico y plan de marketing.
 - Desarrollo del plan de marketing.
 - Concepto y ubicación del plan de ventas.
 - Contenido del plan de ventas.
 - Apoyo de marketing a la fuerza de ventas.
 - Casos.

Módulo 2.

IMPLEMENTACION DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS

- I. **Organización de la fuerza de ventas.**
 - Propósito de la organización de ventas.
 - Responsabilidades de los diferentes cargos en el área comercial.
 - Funciones de la dirección de ventas.
 - Opciones para estructurar la fuerza de ventas.
 - Organización de territorios y rutas.
 - Métodos para determinar el número de vendedores.
 - Casos.
- II. **Reclutamiento, Selección, capacitación y entrenamiento de vendedores.**
 - Proceso de reclutamiento.
 - Perfil de vendedores y gerente de ventas.
 - Fuentes de reclutamiento.
 - Proceso de selección.
 - Entrevistas, pruebas, assesment.
 - Recepción de nuevos vendedores.
 - Importancia de la formación de vendedores.
 - La formación como motivador.
 - Métodos de formación.
 - Casos.
- III. **Pronósticos de ventas.**
 - Potencial de mercado y potencial de ventas.
 - Métodos para la previsión de ventas
 - Cuotas de ventas.
 - Métodos para asignar cuotas a los vendedores.
 - Presupuestos de ventas.
 - Tipos de presupuestos.
 - Casos.
- IV. **Remuneración de vendedores.**
 - Modelos de motivación.
 - Importancia de una buena política de remuneración.
 - Técnicas de remuneración.
 - Fijo, comisiones, incentivos, concursos, convenciones.
 - Otros sistemas.
 - Lanzamiento del plan de remuneración
 - Casos.
- V. **Control de ventas y costos.**
 - Control del volumen de ventas.
 - Indicadores de gestión y de resultado.
 - Control de otras dimensiones de la venta.
 - Evaluación del comportamiento del vendedor.
 - Cuadros de mando en ventas.
 - Actividades financieras en ventas.
 - Costos de ventas.
 - Cómo aumentar la Productividad de los vendedores.
 - Casos.

VI. Liderazgo de vendedores.

- Definición de liderazgo.
- Estilos de liderazgo.
- El gerente de ventas como coach.
- Competencias de un líder coach.
- Coaching en acción.
- Acompañamiento en el terreno.
- Retroalimentación equilibrada.
- Confrontación para el desarrollo.
- Obtención de compromisos.
- Seguimiento y ajuste.
- Casos.

Módulo 3.

NUEVOS DESAFIOS PARA LAS VENTAS

- I. **Ventas en digital.**
 - Conceptos de Marketing Digital.
 - El consumidor digital.
 - El proceso de venta y compra en línea.
 - Comercio electrónico.
 - Canales digitales.
 - Casos.
- II. **Tácticas de ventas.**
 - Las tácticas de ventas.
 - Segmentación.
 - Prospectación.
 - Contacto.
 - Presentación.
 - Negociación.
 - Cierre.
 - Post venta.
 - Relación con el cliente.
 - Las tácticas de ventas.
 - Segmentación.
 - Prospectación.
 - Contacto.
 - Presentación.
 - Negociación.
 - Cierre.
 - Post venta.
 - Relación con el cliente.
 - Habilidades de interacción social.
 - Comunicación en ventas
 - Persuasión en ventas.
 - Casos.
- III. **Neuro ventas.**
 - Bases de la Neuroventas.
 - Nacimiento del Neuromarketing y la neuroventa.
 - Investigación científica y tecnología aplicada a la neuroventas.
 - Papel del cerebro en la decisión de compra.
 - Cómo funciona la mente humana
 - El código reptil.
 - ¿Por qué compramos?
 - Cerebro empático y decisión de la compra.
 - Cómo venderle a la mente y no a la gente.
 - Atención.
 - Emoción.
 - Recordación.
 - Casos.
- IV. **Ventas Inteligentes: La IA como tu Aliada Estratégica El futuro es ahora, ¿Estás preparado?**