



Universidad del
Rosario

ADVANCE
Educación Continua

DIPLOMADO | REMOTO

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?

- Todos nuestros programas incluyen un certificado de asistencia. Los participantes que cumplan con la asistencia mínima requerida y los requisitos académicos, recibirán su certificado.
- La Universidad del Rosario se reserva el derecho de modificar el equipo académico de los programas de Educación Continua que estén anunciados en la programación, así como modificar el orden temático presentado en este programa, garantizado que se abordará la totalidad de temas propuestos.
- La Universidad del Rosario podrá modificar las fechas de desarrollo de los programas o de las sesiones de un programa en ejecución, en situaciones que así lo amerite. La notificación a inscritos o a los participantes de los programas se podrá hacer sin un plazo de tiempo previo estipulado, pero siempre intentando mantener un mínimo de horas previas para ello.
- Los programas de Educación Continua son educación informal, no conducen a título profesional.