
DIPLOMADO EN VENTAS Y NEGOCIACIÓN

Comienzo: Mayo 2011

Introducción

La actitud de mantenerse actualizado en el ámbito de las ventas constituye un reto para cualquier representante. Los cambios continuos que se presentan en el mercado, así como en los comportamientos del consumidor, obligan a estar adquiriendo de manera constante nuevos conocimientos que permitan al representante de ventas realizar presentaciones más exitosas, faciliten el cierre de ventas y ayuden a entablar relaciones comerciales exitosas y duraderas con sus clientes.

A pesar de la expansión del Internet, la interacción entre representantes y compradores sigue siendo muy importante y cobra cada día mayor importancia.

El Diplomado en Ventas y Negociación de la Escuela de Negocios de la Fundación Libertad brinda conocimientos y aplicaciones prácticas (dinámicas, casos, role plays) y de uso inmediato con el fin de profesionalizar la labor de aquellas personas que se desenvuelven en esta función. Permite mejorar y consolidar la posición competitiva del participante en su empresa y frente al mercado.

Objetivo

Formar especialistas altamente competentes y profesionales, capaces de dirigir, desarrollar, implementar y gestionar eficiente y de modo eficaz diferentes estrategias, habilidades y tácticas de venta en la organización a la que pertenezca o dirija.

Consideraciones Generales

- Inicio: Mayo 2011
- Duración: 4 meses
- Modalidad: clases presenciales semanales de 2 horas y media. Martes de 18:30 a 21:00 hs.

Los cursos de este programa se desarrollan de manera presencial y están a cargo de profesionales especialistas en el área.

Para aprobar el programa se requiere realizar satisfactoriamente un trabajo aplicativo final que será evaluado por la Escuela de Negocios de la Fundación Libertad.

Todos los contenidos del curso podrán ser bajados del campus www.edn.edu.ar

Asimismo se crearán foros de discusión y se contará con tutoriales online.

Modalidad especial para residentes a más de 150 km:

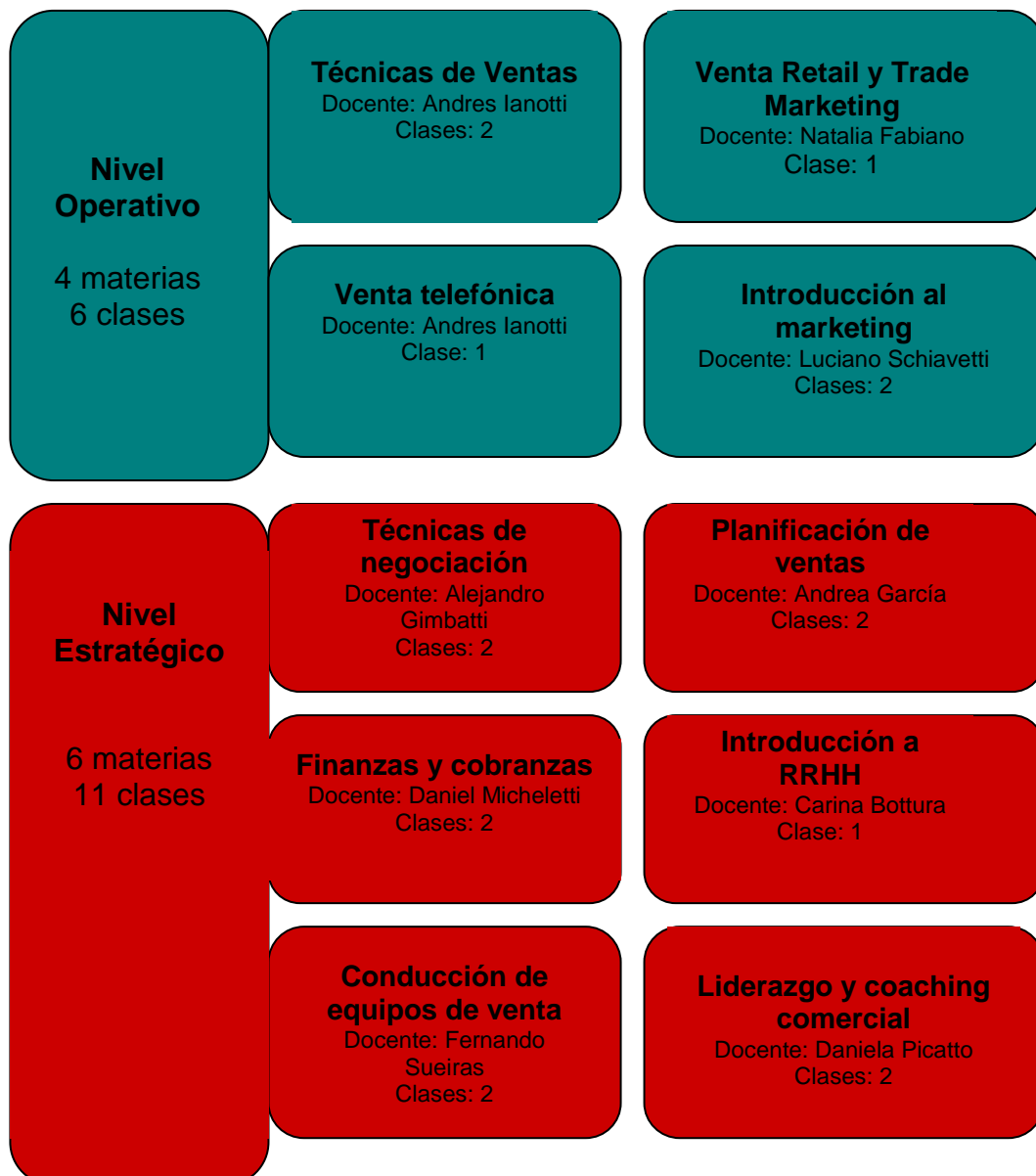
Clases Virtuales a través del Campus de la Escuela de Negocios, con tutoría y evaluaciones mensuales y al final de la diplomatura.

Dirigido a

- Ejecutivos comerciales y de ventas, supervisores, coordinadores, y otros profesionales de esta área que busquen actualizarse en el tema de ventas.
- Empresarios que busquen incorporar a sus negocios los últimos conocimientos y herramientas para mejorar su área de ventas.
- Profesionales que por sus responsabilidades laborales deban profundizar en los diferentes aspectos vinculados a la problemática comercial de las organizaciones.

Plan de Estudios

El presente plan de estudios está organizado en tres áreas: BASICA, COMPETENCIAS, COORDINACION.



Área Básica

Técnica de Ventas

Claves para cerrar ventas exitosas

Objetivo

Brindar a los participantes técnicas efectivas para cerrar ventas exitosas de productos (productos industriales, manufacturas, etc) y servicios.

En esta asignatura el participante logrará:

Desarrollar y potenciar sus habilidades como vendedor profesional.

Cerrar ventas exitosas y con mejores márgenes.

Conocer los secretos de los vendedores, negociadores y publicistas más exitosos.

Temario

- El vendedor profesional: su actitud y estilo.
- La venta personal.
- Secuencia del proceso de venta.
- Gestión de las interacciones con los clientes.
- La entrevista de ventas.
- El acercamiento al cliente.
- La presentación del producto y/o servicio.
- Las objeciones del cliente y cómo rebatirlas.
- Técnicas de cierre de ventas.
- Retención y logro de la lealtad de los clientes.

Atención Telefónica y Televenta

Como hacer más eficiente la venta a la distancia

Hoy en día la atención y venta telefónica es una constante de las empresas en pos de vender más y hacer más eficiente el relacionamiento con los clientes. Como método de contacto y venta requiere de personal capacitado específicamente en las aptitudes de la actividad.

Objetivo

Desarrollar habilidades y métodos de trabajo para hacer más eficiente la atención comercial y el cierre del proceso de ventas a través de los diferentes canales de comunicación a distancia (teléfono – email – chat).

En esta asignatura el participante logrará:

Conocer y comprender los códigos de los diferentes medios de comunicación a distancia.

Desarrollar mecanismos para usar estos medios de comunicación aplicados a la venta en todo su potencial.

Temario

- Atención profesional del teléfono y otros modos de comunicación remota,
- La importancia de la buena atención telefónica,
- La cara visible de la empresa,
- La importancia de la escucha activa,
- La comunicación eficiente,
- Las etapas de la venta telefónica: Acercamiento, Investigación, Presentación,
- Objeciones y Cierre.

Venta Retail y trade marketing

Potencial del punto de venta en la gestión de las ventas

Objetivo

Comprender y desarrollar diferentes técnicas y estrategias comerciales aplicadas al punto de venta.

En esta asignatura el participante logrará:

Comprender las características y particularidades de la venta retail y las herramientas que se dispone para potenciar la actividad comercial

Temario

- Venta retail y trade marketing.
- Animación del punto de venta: Merchandising.
- Organización del punto de venta: externa e interna.
- Implantación de los productos: Surtido, Lineal, Implantación.
- Publicidad y promoción en el punto de venta.
- Comunicación visual: carteles y vidrieras.
- Atención en el punto de venta.

Administración efectiva del tiempo

Una variable clave para incrementar la productividad y disfrutar del tiempo libre

Objetivo

Analizar costumbres y actitudes actuales relacionadas con el manejo del tiempo y descubrir maneras eficaces de emplearlo en el trabajo y en la vida en general.

En esta asignatura el participante logrará:

Motivar cambios en sus costumbres y métodos de trabajo para hacerlo más productivo.

El taller es práctico y participativo. El recorrido por los diferentes temas se hace de forma dinámica apoyado en cuestionarios de diagnóstico y consejos y sugerencias útiles.

Temario

- El valor del tiempo.
- ¿Cómo planear el tiempo?
- Criterios para priorizar actividades.
- Creación de listas de chequeo.
- ¿Qué se debe tener en cuenta para usar adecuadamente una agenda?
- Cambie su lugar de trabajo.
- El manejo de documentos físicos y electrónicos. Creación y clasificación apropiada de archivos físicos y electrónicos.
- Cómo trabajar en equipo y dar un buen manejo al tiempo de los demás.
- Manejo de reuniones.
- Manejo del teléfono y del correo electrónico, técnicas para leer y escribir correos electrónicos.
- Uso apropiado de la tecnología (email, agendas electrónicas, smart phone, etc.).
- Preparación de viajes de negocios, administración del tiempo durante el viaje. Programación del tiempo libre.

Área Competencias

Técnicas de Negociación

Una visión sistémica de la Negociación

Objetivo

Incorporar elementos metodológicos que permitan a los participantes desarrollar, al personal estilo de cada uno, las habilidades de los negociadores exitosos.

En esta asignatura el participante logrará:

Mejorar sus habilidades para negociar en su entorno laboral y personal.

Temario

- Los factores críticos en toda negociación y cómo dominarlos.
- Porqué nunca debe decir que si a la primer oferta que le hacen.
- La generación de alternativas, el poder de la retirada, y la capacidad negociadora.
- Pida más de lo que espera conseguir. Y no solamente porque va a lograr más cosas.
- Cómo se negocian concesiones de precios y condiciones.
- Estrategias para superar las diferencias.
- La teoría de los juegos en la negociación.
- Cómo establecer planes ganar-ganar.
- Cómo desarrollar relaciones ganar-ganar.

Introducción al marketing

Administrando la creación de valor

Objetivo

Introducir al participante en los conceptos fundamentales del marketing.

En esta asignatura el participante logrará:

Conocer y aprender a detectar las variables manejables desde el marketing que pueden generar percepción de valor y contribuir a la gestión de ventas.

Temario

- Concepto básico de marketing
- El modelo de las 4 P
- Análisis interno y externo
- Sistemas de información
- Investigaciones de Mercado
- Marketing operativo
- Marketing estratégico
- Análisis FODA
- Conceptos segmentación y posicionamiento
- Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC's)
- Marketing 2.0 y Empresas 2.0

Planificación y pronóstico de ventas

La importancia de la planificación comercial

Objetivo

Brindar los conceptos teóricos principales que participan en la elaboración de un plan de ventas.

En esta asignatura el participante logrará:

Desarrollar y ejecutar un plan de ventas adecuadamente sustentado en la información disponible y que ayude a disminuir los márgenes de error. Ejercitar los contenidos desarrollando un caso a elección.

Temario

- Planificación de la campaña de ventas.
- La organización de la red de ventas.
- Determinación de la cantidad de vendedores.
- Cálculo de las cuotas de ventas.
- Delimitación de regiones y sectores de venta.
- Política de remuneración y motivación de la red de ventas.
- Remuneración de vendedores.

Estrategia y procesos de gestión de cobranza

La cobranza efectiva

Objetivo

Asegurar la rapidez y la eficiencia de la cobranza, evitando la gestión judicial. Optimizar los métodos de gestión y obtener conocimientos de lo que hoy se utiliza en el mercado.

En esta asignatura el participante logrará:

Adquirir experiencia en preparación y realización de una acción eficaz para llevar adelante el proceso de cobranza.

Temario

- ¿Qué es la negociación en los procesos de Crédito y Cobranza?
- Los Factores críticos de la negociación en la cobranza.
- Los estilos de la negociación en base a la personalidad del negociador.
- Los ámbitos de la negociación (climatología).
- Las habilidades del negociador en la gestión de cobranza.
- Las prioridades, los intereses y las necesidades de la contraparte.
- La negociación cooperativa en la cobranza.
- La negociación distributiva en la gestión de cobranza.
- La negociación eficaz en la gestión de cobranza.
- Cómo desarrollar relaciones ganar-ganar.
- Sistemas De cobranza.
- Documentos internos de la empresa (facturas, notas de remisión, etc).
- Investigación efectiva del crédito.
- Análisis cuantitativo y cualitativo de la cartera.
- Revisiones frecuentes de sus políticas de crédito.

Área Coordinación

Conducción de equipos de venta

Los secretos para coordinar y dirigir equipos de ventas

Objetivo

Brindar a los participantes técnicas efectivas para conducir y supervisar equipos de ventas exitosos.

En esta asignatura el participante logrará:

Desarrollar y potenciar sus habilidades como líder y coordinador de equipos comerciales.

Lograr que los equipos de ventas logren sus objetivos comerciales.

Potenciar al máximo las capacidades de los equipos de venta.

Temario

- Razones para coordinar y supervisar equipos – Motivación y aprendizaje.
- Los Grupos.
- Tipos de grupos – Cómo se forman.
- Organizadores Internos.
- Vínculos – Actitudes Psicológicas – Transferencia.
- Fuerzas que actúan sobre los equipos- Cómo trabajar las situaciones grupales.
- El Coordinador – Supervisor.
- Qué actitudes hay que tener.
- Hábitos y habilidades que se deben incorporar y desarrollar.
- La Coordinación.
- Las reuniones. Cómo conducirlas.

Liderazgo y Coaching Comercial

Construyendo visiones compartidas

Objetivo

Mostrar las habilidades del liderazgo eficaz y cómo ejercerlo en las empresas.

En esta asignatura el participante logrará:

Comprender y ejercitar los aspectos más importantes del ejercicio de un liderazgo exitoso en el proceso comercial.

Temario

- Introducción al liderazgo.
- Poder y autoridad: concepto, bases del poder en la empresa.
- Poder y gobernabilidad en la empresa.
- Delegar, facultar y apoderar.
- Enfoques y teorías del liderazgo en las organizaciones.
- El liderazgo en la empresa.
- ¿Qué es el liderazgo? Definiciones y características del liderazgo.
- Estilos de liderazgo y su relación con la productividad.
- La cultura organizacional y su influencia en el liderazgo.
- Comparaciones entre los directivos y los líderes.
- Habilidad de promover los cambios y desafiar el proceso.
- Habilidad de inspirar una visión compartida.
- Habilidad de fomentar la colaboración y habilitar a los demás para actuar.
- Habilidad de dar el ejemplo y servir de modelo.

- Habilidad de motivar y brindar aliento al personal.

El desarrollo del factor humano como detonante del desarrollo de los equipos

Objetivo

Introducir al participante en la teoría y práctica del coaching y mentoring como diferencial del ejercicio del liderazgo.

En esta asignatura el participante logrará:

Comprender y desarrollar los conocimientos y habilidades personales para constituirse en líderes basados en el modelo de Coaching.

Temario

- Concepto de Coaching.
- Campos de aplicación original y ampliada del Coaching.
- Desarrollo del potencial humano individual como base para el desarrollo de los equipos y organizaciones.
- Principios del Coaching.
- Diagnóstico del potencial de desarrollo de los individuos.
- Modelos para construir un plan de desarrollo personal para cada individuo del equipo.
- Conduciendo el plan de desarrollo personal.
- Taller práctico de entrevistas de Coaching.

Introducción a la gestión de los Recursos Humanos

Como potenciar los equipos de trabajo

Objetivo

Optimizar el conocimiento de los participantes acerca del armado de equipos de trabajo y la gestión de los RRHH.

En esta asignatura el participante logrará:

Comprender los aspectos más importantes de la gestión de RRHH aprendiendo a medir niveles de desempeño y elaborar su propio proyectos de carrera.

Temario

- La Gestión de los Recursos Humanos
- Reclutamiento, selección e inducción.
- Capacitación.
- Desarrollo. Análisis de desempeño y potencial. Cuadros de reemplazo. Planes de carrera.
- Comunicaciones internas.
- Compensaciones: remuneraciones y beneficios.
- Relaciones laborales y administración de personal

Finanzas

Introducción a las teorías financieras para no-contables

Objetivo

Mostrar en qué consiste la administración financiera, cómo se relaciona con otras funciones de la empresa comercial y cómo las decisiones financieras pueden empujar los resultados comerciales.

En esta asignatura el participante logrará:

Comprender informes de estados financieros y participar en la toma de decisiones de esta índole.

Temario

- Introducción a las finanzas.
- Información financiera.
- Análisis e interpretación de los estados financieros.
- Método de reducción de estados financieros a porcentos.
- Métodos de razones simples.
- Métodos de razones estándar.
- Métodos de aumento y disminuciones y elaboración del estado de origen y aplicación de recursos.
- Método de tendencias y flujo de efectivo.

Informes e inscripción

La inscripción podrá realizarse personalmente en Mitre 170, Rosario.
Telefónicamente al 0341-4105000 o vía mail a info@edn.edu.ar