

Programa de contenidos

TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS DE VENTAS



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



SE
Secretaría de
Extensión



Universidad
Nacional
de Córdoba

SOBRE EL CURSO

OBJETIVOS

- Formar profesional y éticamente recursos humanos especializados, capaces de desempeñar funciones comerciales en empresas y mercados altamente competitivos e inestables.
- Desarrollar habilidades y actitudes orientadas a la generación de ingresos, la prevención de errores y la reducción de la incertidumbre en la práctica profesional de la actividad comercial.

MODALIDAD VIRTUAL

Los encuentros se realizarán en vivo a través de una plataforma de videoconferencias (Zoom, Meet) y quedarán grabadas y disponibles dentro del Aula Virtual.

DURACIÓN

El curso tendrá una duración de **20** hs totales, divididas en **10 clases semanales**.

CERTIFICACIÓN FCE UNC

Se otorgarán certificados oficiales de aprobación si quien participa aprueba el trabajo final integrador propuesto por el equipo docente.

CURSADO

Acceso al Aula Virtual las 24hs del día
Videoclases en vivo
Lecturas seleccionadas
Ejercicios y prácticas
Foros de intercambio



EQUIPO DOCENTE

Coordinador y docente



RODRIGO DIAZ

- Posgrado en Psicología Empresarial y Organizacional por la Universidad de Belgrano.
- Posgrado en Coaching, PNL y Liderazgo de Equipos de la Escuela de Negocios Europea de Barcelona. MBA Executive (Gadex-UCA).
- Licenciado en Administración FCE-UNC
- Docente: FCE-UNC; FACEA-UC
- Consultor en gestión estratégica comercial y de recursos humanos.

Docente



ROBERTO KERKEBE LAMA

- Posgrado de Especialización en Dirección y Gestión de PyMes y Cooperativas (USC).
- Master en Programación Neurolingüística (ESTEA).
- MBA Executive (Gadex-UCA).
- Diplomado en Neurociencias y emociones en el aprendizaje.
- Licenciado en Administración, FCE-UNC
- Consultor en gestión estratégica comercial y de recursos humanos.



MÓDULOS

● **Módulo 1: Sistema eficaz de búsqueda de clientes**

- El análisis de mercados: potencialidad y demanda.
- Los clientes potenciales: Determinación de necesidades y capacidad de pago. La segmentación en acción. Definición de perfiles de clientes potenciales.

● **Módulo 2: Sistema eficaz de búsqueda de clientes**

- Fuentes de información y captación de clientes potenciales: 130 fuentes de información. Técnicas alternativas de identificación y captación de clientes. Los contactos iniciales. El proyecto 100. Los clientes en las distintas etapas del ciclo de vida del producto.
- Categorías de usuarios. Roles de los agentes involucrados en la compra. Desarrollo de producto y mercado. Otras técnicas de identificación de clientes.

● **Módulo 3: Hábitos favorables de la gestión comercial**

- Hábitos favorables para la Gestión Comercial: la planilla de contactos, la hoja de ruta, la base de datos de prospecto, la agenda.
- Herramientas para la preparación de la entrevista comercial. La información vital: qué hay que saber, sector o rubro, el cliente, nuestra empresa, el diagnóstico comercial, la matriz producto/perfiles de clientes, los objetivos comerciales.

● **Módulo 4: Hábitos favorables de la gestión comercial**

- Diez preguntas tácticas para una buena estrategia comercial. Las herramientas para comprobaciones previas a la entrevista comercial. La Hoja de referidos. La administración eficaz del tiempo: los Cuadrantes de Covey.
- Herramientas para la evolución de la eficacia de ventas. La matriz de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamiento ético.

● **Módulo 5: Comportamientos de compra**

- Tipos de conducta de compra. La conducta de compra compleja: etapas del proceso de decisión de compra. El comportamiento psicográfico de su grupo de influencia: El modelo VALS.

● **Módulo 6: Contacto inicial**

- Como romper el hielo. Introducción al dialogo comercial. Como empatizar con el potencial cliente.

● **Módulo 7: Indagación**

- El proceso de identificación de necesidades: la indagación, la escucha activa y la retroacción. Establecer diez preguntas clave para una buena estrategia comercial. Diez preguntas tácticas. Las herramientas para comprobaciones previas a la entrevista comercial.

● **Módulo 8: Argumentación**

- Presentación del producto o servicio: La construcción de una argumentación eficaz. Demostración y prueba de productos. La argumentación en la venta de servicios: Las imágenes mentales y la persuasión creativa. Los movimientos hacia el cierre.

● **Módulo 9: Manejo de objeciones comerciales**

- El tratamiento de las objeciones del cliente: Modelo General para el Tratamiento de Objeciones. Técnicas de presentación del precio.

● **Módulo 10: Cierre de ventas**

- La psicología del cierre de ventas. Las 4 leyes de inexorables del cierre de operaciones comerciales. Señales físicas y verbales. Las principales técnicas de persuasión para el cierre de operaciones comerciales. Los movimientos administrativos, el remate del logro y la conducta reductora de disonancia.

SEGUINOS

en nuestras redes



Sec. de Extensión FCE-UNC



Secretaría de Extensión FCE UNC

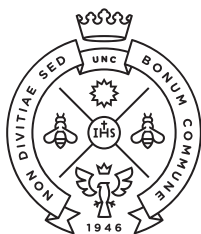


@extensionfceunc



@ExtensionFCEUNC

Por consultas e inscripciones podés comunicarte a:
 cursos@eco.uncor.edu



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



SE
Secretaría de
Extensión



Universidad
Nacional
de Córdoba