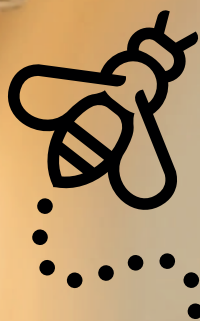




# Programa de contenidos



# TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS DE VENTAS



FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS



SE  
Secretaría de  
Extensión



UNC

Universidad  
Nacional  
de Córdoba

---

# LA SECRETARÍA DE EXTENSIÓN

---

Una de las funciones específicas de la Secretaría de Extensión es transmitir conocimiento a toda sociedad.

Por eso, ofrecemos una amplia gama de cursos que buscan alcanzar la excelencia académica, la formación profesional y la capacitación de quien participe de nuestra oferta.



# SOBRE EL CURSO

En este curso aprenderás a desempeñar funciones comerciales en empresas y mercados altamente competitivos e inestables.

## MODALIDAD

### Bimodal

- 7 encuentros virtuales\*
- 3 encuentros híbridos\*
- Las clases serán grabadas y compartidas en el Aula Virtual

## DURACIÓN

### 20 horas

- 10 clases
- Lunes de 18 a 20 hs

## CURSADO

### Ventajas

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

## CERTIFICACIÓN

### Con aval de la UNC

Se otorgarán certificados de aprobación si el/la participante aprueba el trabajo final integrador propuesto por el equipo docente.

\* **BIMODAL:** modalidad compuesta por un formato virtual más híbrido.

\* **HÍBRIDO:** podrás elegir asistir de manera presencial en la aulas de la FCE UNC o participar de manera virtual. Consultar cronograma.





DOCENTE



Rodrigo Diaz

- Posgrado en Psicología Empresarial y Organizacional, Universidad de Belgrano, Bs. As
- 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



# MÓDULOS

## 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.

1

## 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.

2

## 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 prospectos. 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.

3

## 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.

4

## Comportamiento 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.

5

## Contacto Inicial

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

6

## 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.

7

## 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.

8

## Manejo de objeciones comerciales

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

9

## Cierre de ventas

- El cierre de operaciones: La psicología del cierre de ventas. Las cuatro 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

10



# SEGUINOS

EN NUESTRAS REDES



ExtensiónEconómicasUNC



extensionfceunc



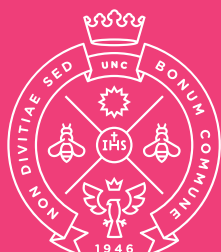
@SecExtensionFCE



Secretaría de Extensión FCE UNC

## Consultas e inscripciones

[cursos@eco.uncor.edu](mailto:cursos@eco.uncor.edu)



FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS



SE  
Secretaría de  
Extensión



Universidad  
Nacional  
de Córdoba