



Programa de Contenidos

#Curso

TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS DE VENTAS

> *Modalidad VIRTUAL*

DOCENTES

Lic. Roberto Kerkebe Lama: Licenciado en Administración (UNC). Postgrado en Dirección y Gestión de PyMes y Cooperativas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Santiago de Compostela, España. Consultor en gestión estratégica comercial y de recursos humanos. Ha dirigido e implementado numerosos programas de educación ejecutiva en importantes empresas nacionales e internacionales. Titular de la Cátedra Taller de Negociación de la Facultad de Ciencias Económicas (FACEA) - UCC.

Lic. Juan Pablo Mena: Licenciado en Administración, UNC. Magister en Administración (MBA), ICDA, UCC. Consultor en gestión comercial e instructor de ventas. Ha diseñado, dirigido e implementado programas de formación comercial y entrenamiento en ventas en importantes empresas nacionales. Profesor Adjunto de la cátedra Taller de Negociación y Jefe de Trabajos prácticos de la cátedra Introducción a la Comercialización, FACEA, UCC. Adscripto de la cátedra Psicosociología de las Organizaciones, Facultad de Ciencias Económicas, UNC.

Docente y coordinador

Lic. Rodrigo Díaz: Licenciado en Administración (UNC). Postgrado en Psicología Empresarial y Organizacional, Universidad de Belgrano, Bs. As. Consultor en gestión estratégica comercial y de recursos humanos. Ha dirigido e implementado numerosos programas de educación ejecutiva en importantes empresas provinciales y nacionales. Profesor Adjunto de la cátedra Taller de Negociación y profesor titular de la cátedra Introducción a la Comercialización, FACEA, UCC. Adscripto de la cátedra Administración de las Operaciones de la Facultad de Cs. Es. - UNC.



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.

CONTENIDOS

Clase I: 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.

Clase II: 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.

Clase III: 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.
- 2. 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.

Clase IV: 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.

Clase V: 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.



Clase VI: Contacto Inicial

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

Clase VII: 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.

Clase VIII: 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.

Clase IX: Manejo de objeciones comerciales

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

Clase X: 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.

METODOLOGÍA

El cursado se realizará bajo la **modalidad virtual**, utilizando la plataforma educativa **Moodle** y la aplicación **Zoom** para videoconferencias en vivo.

Se proveen contenidos teóricos y prácticos con distintas dinámicas de participación de los alumnos donde el objetivo fundamental es lograr que practiquen y apliquen en sus entornos, personales y profesionales las competencias propuestas para cada módulo. Por cada uno de los encuentros se realizará una videoclase en vivo.



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



A su vez, durante el cursado tendrás...



Acceso las 24h: Podrás ingresar al aula virtual en cualquier momento del día durante todo el curso.



Videoclases en vivo: Tendrás acceso a clases interactivas, con posibilidad de compartir experiencias y despejar dudas e inquietudes.



Lecturas seleccionadas: Accederás a documentos, videos y contenidos complementarios por el equipo docente.



Ejercicios y prácticas: Dispondrás de instancias de ejercitación de los contenidos teóricos desarrollados en cada encuentro.



Foros de intercambio: Podrás interactuar con tus compañeros y docentes en foros, chats y otros espacios de socialización.

CERTIFICACIÓN

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

CONSULTAS E INSCRIPCIONES:

Secretaría de Extensión | Facultad de Ciencias Económicas | UNC
cursos@eco.uncor.edu

SEGUINOS EN:



ExtensionEconomicasUNC



@SecExtensionFCE



extensionfceunc