



## #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 Psicología 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.



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

---

## SEGUINOS EN:



ExtensionEconomicasUNC



@SecExtensionFCE



extensionfceunc