

DIPLOMADO EN DIRECCIÓN COMERCIAL

Módulo I.- Calidad personal y procesos de venta

- Aspectos básicos de una venta.
- Perfil del vendedor.
- Prospección.
- Venta directa y manejo de objeciones.
- Seguimiento y ventas futuras.
- Filosofía del servicio.
- Servicios, estrategias y calidad.
- El ciclo del servicio.
- Estructura del servicio.
- El lenguaje e imagen del servicio.
- Negociación con programación neurolingüística (PNL).

Duración: 20 horas.

Módulo II.- Dirección de un departamento de ventas.

- La organización del equipo de ventas.
- Criterios para diseñar una organización comercial.
- Principales requisitos de la estructura de ventas.
- Problemática que origina la falta de organización comercial.
- Integrantes de la organización comercial.
- Función del director de ventas.
- Características del director de ventas y responsabilidades.
- Diferentes esquemas para organizar la red de ventas.
- Análisis de áreas fundamentales de la fuerza de ventas.
 - a) Distribución de cartera de clientes por mercados, por clientes, por productos, por zonas geográficas.
 - b) Selección y contratación de vendedores.
 - c) Capacitación de personal de ventas.
 - d) La evaluación del vendedor.
 - e) La retribución del vendedor, agente, comisionista, ejecutivo de ventas o asesor de ventas.
 - f) El caso de grandes clientes.
 - g) Trabajo administrativo.

h) Relación de cartera.

Duración: 20 horas.

Módulo III.- Mercadotecnia estratégica

- Tendencias y estrategias del marketing actual.
- Sistema de Inteligencia de Mercadotecnia (SIM).
- Estudios de mercado.
- Desarrollo de mercado.
- Creación de imagen.
- Mezcla de marketing.
- Internet.
- Publicidad hacia mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Promoción de ventas.
- Relaciones públicas.
- Manejo de presupuesto.
- Organización de un departamento de marketing.
- Diseño del plan anual.

Duración: 20 horas.

Módulo IV.- Dirección del personal

- Personalidad-carácter y temperamento del gerente.
- Caracterología de empleados y forma de atención.
- Manejo adecuado de quejas.
- Comunicación.
- Motivación del personal.
- Inteligencia emocional en el trabajo.

Duración: 20 horas.

Módulo V.- Coach en ventas

El medio actual del coaching.

- ¿Dónde se da y quién lo hace?
- ¿Qué significa?
- ¿Qué aporta?

Un modelo para el coaching

- Estructuras necesarias.
- Procesos, sistemas, herramientas e instrumentos de seguimiento y medición.

- Gente.
- Coaching como un estilo de liderazgo y dirección en ventas de equipos triunfadores.

Técnicas y herramientas del coach de ventas

- Liderazgo con visión.
- Selección de estrellas.
- Entrenamiento del equipo.
- Atención en el campo de juego.
- Motivación del equipo.
- Espíritu de equipo.
- Creatividad y estrategia.

El coach de ventas y los puntos clave

- El perfil del coach de ventas.
- Puntos clave del coaching.

Duración: 20 horas.