

Máster en Dirección Comercial y Fuerzas de Venta

EDICIÓN 2010

Formación on-line (200 hrs.)

Información general



DIRECTIVOS
PLUS.COM


profesionalia

Índice

1. A quién va dirigido.....	3
2. Duración.....	3
3. Metodología.....	3
4. Evaluación y titulación.....	3
5. Programa.....	4

1. A quién va dirigido

El **Master en Dirección Comercial y de Fuerzas de Venta** va dirigido a los profesionales con una primera experiencia previa en el área comercial y de ventas, a los responsables de otras áreas que necesiten profundizar en esta materia o actualizar sus conocimientos para incrementar sus posibilidades dentro de su carrera profesional. En general, el postgrado pretende analizar y actualizar las cualidades necesarias para dirigir y optimizar los departamentos de ventas.

2. Duración

El total de horas es 200.

La duración del curso integrado por los diez módulos será de 200 horas de formación on-line.

Puedes cursar la totalidad del máster u optar por desarrollar cada uno de los módulos de forma individualizada (10 módulos de 20 horas cada uno).

3. Metodología

La metodología está basada en la creación de un espacio de aprendizaje dentro del campus virtual donde residirán los casos. La formación será online para el seguimiento del curso.

Seguimiento personalizado y tutorías

Al empezar el curso se te asignamos un tutor personal, que será responsable de realizar el seguimiento del desarrollo del curso.

Cada vez que tengas una consulta, duda o problema de estudio, le tienes a tu disposición para solucionar todas las cuestiones que le plantees. Podrás contactar con él siempre que lo necesites a través de tu Aula Virtual. No tienes más que pulsar en el botón de contacto, redactar la pregunta y enviar la consulta. Tu profesor estará disponible para atenderte personalmente en lo que necesites y cuantas veces quieras. El tutor seguirá tus progresos y te orientará a lo largo de tus estudios hasta que consigas tu Diploma de Estudios.

4. Evaluación y titulación

Diploma Directivosplus – Cesde

Una vez finalizado el Plan de Formación y superados todos los ejercicios y supuestos prácticos el alumno recibirá el Diploma Directivosplus - CESDE.



CESDE
CENTRO DE ESTUDIOS
SUPERIORES DE LA EMPRESA

**DIRECTIVOS
PLUS.COM**

profesionalia
comunidades profesionales influyentes

5. Programa

El Máster en Dirección Comercial y Fuerzas de Venta está dividido en dos bloques diferenciados: **Habilidades directivas comerciales** y **Habilidades directivas generales**.

BLOQUE 1

Módulo 1

Habilidades directivas comerciales - Estudio del cliente y su entorno

Este módulo ofrece las pautas para realizar un correcto análisis del cliente y los aspectos que determinan su entorno. Se centra en ofrecer los elementos para realizar el Plan de Análisis del mercado, su segmentación, los productos, el posicionamiento, la competencia y el resto de elementos que definen los resultados de la venta, orientado a la toma de decisiones y al establecimiento de soluciones efectivas.

Programa

Técnicas y Plan de Análisis: Entorno

- Análisis del entorno
- Fuentes de Información

Técnicas y Plan de Análisis: Clientes

- Tamaño del mercado
- Segmentación
- Perfil de los clientes
- Motivaciones de compra
- Posicionamiento

Técnicas y Plan de Análisis: Competencia

- Análisis de la situación
- Número y características
- Estrategias básicas de posicionamiento del producto según competencia

Técnicas y Plan de Análisis: Producto

- Análisis de productos
- Análisis del portafolio de ofertas de producto
- Productos sustitutivos y complementarios
- Oferta de valor

Plan de Análisis y mejora: Resultados de la venta

- Análisis interno
- Análisis evolución clientes y resultados de ventas
- Análisis de productos y resultados de ventas
- Análisis de posicionamiento y resultados de ventas

Módulo 2

Habilidades directivas comerciales - Desarrollo de la venta y técnicas de negociación

Este módulo está orientado a incrementar la capacidad de detectar diferencias y diagnosticar conflictos y conocer formas y sistemas para tratarlos adecuadamente. Al mismo tiempo, el alumno aprenderá a valorar la negociación como alternativa para eliminar o reducir una diferencia y se le proporcionará, a través de todo tipo de materiales y documentación, elementos que permitan establecer una determinada estrategia negociadora.

Programa

Definición de conflicto y negociación

- Elementos estratégicos de la Negociación
- Escenarios
- Tiempo: reflexiones sobre el manejo del tiempo
- Manejo estratégico de la información

Alternativas a las diferencias

- Diferencias
- Preguntas de diagnóstico
- Modos de resolver conflictos/diferencias

Estilos de negociación

Fases de la negociación

- Preparación
- Discusión
- Proposiciones
- Intercambio
- Cierre y acuerdo

Tipos de cierre

El área negociadora

Técnicas de persuasión

Procesos de presión en la negociación

Técnicas de discusión efectivas

Alternativas al punto muerto

Las concesiones

Módulo 3

Habilidades directivas comerciales - Servicio al cliente: Postventa y gestión de incidencias

En este módulo se trabajan todos aquellos aspectos orientados al cuidado y la atención de las necesidades del cliente. Se ofrecerán pautas para determinar cuáles son los servicios que demanda cada tipo de cliente y la importancia que el consumidor dará a cada uno de ellos, así como la importancia de una correcta comunicación, el valor percibido, los distintos tipos de servicio postventa y la gestión de la calidad en el proceso para garantizar su fidelización.

Programa

Servicio al Cliente

- Definición
- Comunicación Empresa-Cliente
- Estrategia de Servicio al Cliente

Servicio Post-venta

- Definición
- Tipos de Servicio Post-venta
- La gestión de la calidad en el proceso de Servicio Post-venta

Gestión de Incidencias

- Manejo de Quejas
- Cientes insatisfechos
- Factores que inhiben la manifestación de las quejas
- Enfoque del tratamiento de quejas
- Tipos de clientes
- Tratamiento efectivo de las quejas

Seguimiento del cliente

- Métodos de seguimiento al cliente

Fidelización de clientes

- De la satisfacción a la lealtad
- Matriz HBS: Satisfacción/Retención.
- Valor del Cliente
- Camino a la lealtad: Estrategias Diferenciales
- Plan de Fidelización
- Objetivos e Indicadores

Módulo 4

Habilidades directivas comerciales - Técnicas de venta proactiva

Este módulo está centrado en la venta como proceso organizado. En él, el alumno aprenderá los procesos esenciales para la correcta orientación de la venta, la detección de necesidades y carencias del cliente y la potenciación de la relación asesor/cliente. Así mismo, se hace hincapié en la figura del vendedor, sus características esenciales y las expectativas sobre su trabajo.

La escalera de venta. La preventa efectiva. Conocimiento del cliente. Concertación de entrevistas. Las fases del contacto presencial. Reglas prácticas de la escucha activa. Argumentos de venta. Técnicas de cierre para clientes y postventa.

Programa

¿Qué es la venta?

¿Qué representa el cliente?

Estilos, perfiles y tipologías de cliente

¿Quién puede ser el cliente?

¿Cómo conocer al cliente?

La venta

¿Cómo debe ser el vendedor?

¿Qué se espera de mí como vendedor?

La escalera de la venta

La preventa

¿Qué hacer en la preventa?

La preventa efectiva

Conocimiento del cliente

Concertación de entrevistas

Guión de toma de contacto presencial

La entrevista de venta

Toma de contacto presencial

Comienzo de la entrevista

El sondeo: técnicas de preguntas, escucha activa, observación

¿Por qué compran los clientes?

Información relevante

Argumentación

Tratamiento de objeciones

Actitudes entre las objeciones

Acuerdo y cierre de operaciones

Técnicas de cierre

La postventa

Durante la entrevista

Después de la entrevista

Módulo 5

Habilidades directivas comerciales - Gestión de las relaciones con clientes (CRM)

En este módulo, el alumno constatará que los conceptos del marketing tradicional han sido superados y ampliados gracias a la incorporación del concepto de Relaciones en la definición del marketing. Con su introducción se validaron los avances que hacía años se estaban trabajando sobre la importancia de Generar Relaciones de Confianza con el cliente.

¿Qué representa el cliente? ¿Quién es y quién puede serlo? ¿Cómo conocerlo? ¿Cómo debe ser el vendedor? ¿Qué se espera de él? La escalera de venta, la preventa y cómo hacerla de forma efectiva. Conocimiento del cliente y concertación de entrevistas.

Las 4 fases del contacto presencial: toma de contacto, motivo de contacto, concertación de entrevista, objeción a la concertación, solución a preguntas.

Programa

Customer Relationship Management CRM

- Definición: Marketing Relacional, CRM
- Beneficios que ofrece un sistema CRM
- Ciclo de la Relación
- Situación CRM
- Partner Relationship Management PRM

Pilares Modelo CRM

- Orientación al cliente
- Tecnología
- Personas

Desarrollo solución informática CRM

- Arquitectura aplicaciones
- Procesos CRM: Esquema de relación
- CRM Operacional, Analítico y Colaborativo
- Automatización Ventas y Marketing
- Business Intelligent BI
- Del "call center" al "contact center"
- Soluciones CRM de mercado. Aproximación a las mejores herramientas

Implantación CRM

- CRM en la red comercial: optimización del modelo comercial de gestión de clientes
- Proceso de implantación con éxito

Módulo 6

Habilidades directivas generales - Herramientas de comunicación

En este módulo se analizarán los diferentes tipos de comunicación empresarial, haciendo énfasis en la elección de cada uno de los mecanismos que más se adecuan a las distintas situaciones. El objetivo de este módulo es conseguir una correcta transmisión de aquellos valores de la compañía que apoyan a la venta, así

como la eliminación o neutralización de los posibles frenos percibidos por el cliente. Las herramientas de comunicación aquí estudiadas se adaptarán según la tipología del cliente, centrándose en las habilidades del vendedor y en los canales a su alcance.

Programa

La publicidad como técnica base de comunicación empresarial

- Comunicación empresarial, publicidad y propaganda
- La comunicación publicitaria
- Merchandising y Marketing directo
- Eventos especiales

La comunicación con el cliente

- ¿Qué pretendemos comunicar?
- El proceso para una buena comunicación
- La imagen personal y la imagen institucional
- Comunicación según los distintos tipos de cliente
- El lenguaje no verbal
- Habilidades del trato con el cliente
- La importancia de la comunicación en las situaciones conflictivas

BLOQUE 2

Módulo 1

Habilidades directivas generales - Presentaciones eficaces en público

En este módulo, el alumno conocerá los aspectos básicos de la comunicación, desde su sistema hasta sus barreras, así como técnicas y procesos para la eficiente presentación de ideas y proyectos en público. Se tratará de forma específica el papel del ponente, la comunicación no-verbal, los estilos comunicativos y el papel de la voz y la mirada en el proceso comunicativo.

Además, se facilitará información sobre la estructura discursiva, la intensidad y el ritmo comunicativo y la apertura, nudo y cierre del discurso para potenciar la eficacia de las presentaciones. Así mismo, se detallarán herramientas y soportes digitales de interés que ayuden al alumno a exponer sus ideas de forma efectiva.

Programa

Aspectos básicos de la Comunicación

- La Comunicación como Sistema
- Barreras de la Comunicación
- Feedback
- Preguntas para el debate

Comunicar en Público

- Presentación de ideas y proyectos
- Dinámica de interacción
- Estilos Comunicativos

Las ocho preguntas de Quintiliano
Preguntas para el debate

El Ponente

Comunicación No verbal
Características y Funciones
La voz y la mirada
Preguntas para el debate

Preparar presentaciones eficazmente

La estructura discursiva y sus elementos
La intensidad y el ritmo comunicativo
Preparar la Apertura
El Nudo o Desarrollo
Preparar el Cierre
Recoger y responder preguntas
Preguntas para el debate

Elementos de soporte visual

Herramientas visuales
Uso de Power Point
Preguntas para el debate

Bibliografía

Módulo 2

Habilidades directivas generales - Liderazgo

En este módulo analizaremos en qué consiste el liderazgo, los distintos estilos de liderazgo y los tipos de líderes. También trabajaremos en el liderazgo mal entendido y en los factores determinantes en la resolución de conflictos, las resistencias más frecuentes y los factores que influyen en la toma de decisiones.

Programa

Premisas al liderazgo

¿En qué consiste el liderazgo?
Características del liderazgo mal entendido
Tipologías de líderes
Inteligencia emocional y estilos de liderazgo

Resolución de conflictos y toma de decisiones

Los conflictos
El cambio y la adaptación a la realidad
Las resistencias más frecuentes en las organizaciones
Factores que intervienen en la toma de decisiones

Módulo 3

Habilidades directivas generales - Dirección de reuniones

Las reuniones son sólo un componente del motor que impulsa los negocios. Sin embargo, muchas reuniones parecen ser una pérdida de tiempo y por tanto, de dinero. Y a pesar de ello, se siguen haciendo. Este módulo está orientado hacia las reuniones eficaces y eficientes, es decir, aquellas en las que se consiguen los resultados buscados haciendo un uso adecuado de los recursos disponibles.

A través de los contenidos del módulo, el alumno conocerá los cuatro elementos esenciales para la dirección de una reunión: los objetivos que se persigan, la motivación de las personas que dirigen la reunión y la de los participantes de la misma, el uso de una metodología facilitadora de la tarea a desarrollar y del clima socioemocional de la reunión y por último, el tiempo necesario y ajustado para su desarrollo.

Programa

Dirección de reuniones

Tipos de reuniones

Los 6 tiempos de la dirección de una reunión

- Tiempo 1: Reflexión sobre la necesidad de la reunión
- Tiempo 2: La preparación
- Tiempo 3: El inicio de la reunión
- Tiempo 4: El desarrollo de la reunión
- Tiempo 5: Finalización
- Tiempo 6: Seguimiento

Causas de la improductividad de una reunión

Bibliografía

Módulo 4

Habilidades directivas generales - Gestión del tiempo

Este módulo está enfocado a reconocer y aprender a gestionar los factores que influyen el uso del tiempo. Cómo solucionar los problemas de gestión del tiempo y reconocer y manejar los criterios para una correcta gestión del mismo. A lo largo del módulo se hablará del tiempo como concepto y la percepción del mismo como aspecto influyente en su gestión.

Técnicas asertivas. Ladrones de tiempo (interrupciones, situaciones imprevistas, demandas jerárquicas, etc). ¿Cómo solucionar los problemas de gestión del tiempo?: organización/priorización, planificación y ejecución. Criterios para la gestión del tiempo y conceptos esenciales a tener en cuenta. Planes de acción.

Programa

Definición de tiempo

- Algunos conceptos
- Parábola 1
- Conclusiones

Factores que influyen en el uso del tiempo

- La percepción del tiempo
- Asertividad
- Ladrones de tiempo

Como solucionar los problemas de gestión del tiempo**Criterios para gestionar el tiempo**

- Urgencia / Importancia
- Planificar y programar / Ejecutar
- Actividades
- Diagrama de Eisenhower

Mi plan de acción

DIRECTIVOS
PLUS.COM



**Máster en Dirección Comercial
y Fuerzas de Venta**

Contacto

C/ Londres, 6 local 1

08029 Barcelona

902 550 725

formacion@directivosplus.com


profesionalia