

DIPLOMADO DE GESTIÓN COMERCIAL

ONLINE FORMACION SMART



INTRODUCCIÓN

Formación Smart es un ecosistema digital que integra la generación de contenidos de calidad, con el uso de tecnologías para la formación y desarrollo de sus colaboradores, permitiéndoles acceso las 24 horas, los 7 días de la semana, desde cualquier lugar, lo que le garantiza a su empresa que las acciones de capacitación a distancia contarán con: más eficiencia, mayor competitividad, productividad, autonomía y a menores costos.

El **DIPLOMADO DE GESTIÓN COMERCIAL** está diseñado para preparar a los participantes para el manejo de las tendencias del mercado, así como también en el desarrollo de conceptos, técnicas y herramientas para implementar un plan de comercialización apegado a la investigación y metas generales de la empresa.



Duración: 104 horas académicas



Modalidad: On line

COMPOSICIÓN DEL DIPLOMADO



Programa La Venta Profesional

24Hrs



Programa Fundamentos de Mercadeo

24Hrs



Programa Marketing Digital

24Hrs



Programa de Negociación

24Hrs



Curso Gestión de Marca

8Hrs

TEMARIOS Y CONTENIDO



PROGRAMA DE **LA VENTA PROFESIONAL**

Dirigido a:

Integrantes del equipo de ventas que busquen mejorar significativamente su gestión comercial para generar ventas de alto valor y fidelizar su cartera de clientes.

Objetivos:

- Proporcionar una serie de herramientas que permitan desarrollar habilidades y destrezas sociales para proyectar certeza y seguridad ante los clientes.
- Proporcionar una metodología de ventas eficiente, que mejore el performance tanto a la hora de ofrecer el producto o servicio, como la negociación de las condiciones y el cierre de la venta.
- Proporcionar herramientas de prospección para desarrollar mejores estrategias de acercamiento y captación de clientes.
- Conocer la importancia del servicio en la gestión comercial y su impacto a la hora de fidelización de clientes.

El programa de la venta profesional está estructurado en cuatro módulos. Cada uno de gran importancia y pensados secuencialmente, de manera que los conceptos y aprendizajes de la primera parte se apliquen en la comprensión de los módulos siguientes.

M MENÚ GENERAL

Principios de la venta

- ¿Qué es la venta?
- Actitudes ganadoras de un vendedor
- La primera impresión
- Tres momentos de la venta

M MENÚ GENERAL

Antes de la venta

- Seguridad en ti mismo
- Conocimiento del producto
- Conocer los tipos de clientes
- Prospección

M MENÚ GENERAL

Durante la venta

- Construir rapport
- Perfilar necesidades
- Comunicar valor
- Manejo de objeciones
- Cierre de ventas

M MENÚ GENERAL

Después de la venta

- Importancia del servicio
- Fidelizar a los clientes



PROGRAMA **FUNDAMENTOS DE MERCADEO**

Dirigido a:

Ejecutivos, gerentes, profesionales y emprendedores de empresas, así como personal de las áreas de comercialización que requieran entender y conocer los principios del mercadeo, y los conceptos principales de gestión.

Objetivos:

- Conocer las definiciones y conceptos claves del mercadeo empresarial.
- Comprender las actividades en que se utiliza el mercadeo e identificar las herramientas, técnicas y estrategias del marketing con la perspectiva de aplicar estos recursos y conocimientos en su desempeño empresarial, laboral y profesional.
- Entender las diferentes variables del entorno y cómo se aplican al momento de comercializar un producto o servicio.

El programa fundamentos de mercadeo está estructurado en tres partes. Cada una de gran importancia y pensadas secuencialmente, de manera que los conceptos y aprendizajes de la primera parte se apliquen en la comprensión de la siguientes.

M MÓDULO I

Antecedentes de mercadeo

- Evolución histórica
- Ciclo de vida del producto:
- Variables según Philip Kotler
- El producto
- El precio
- La plaza
- La promoción

M MÓDULO II

Actividades principales

- Gestión de Marca
- Publicidad
- Investigación de mercadeo

M MÓDULO III

Tendencias actuales

- Mercadeo relacional
- CRM, gerencia de la relación con el cliente
- Visión cliente céntrica
- El Neuromarketing



PROGRAMA DE MARKETING DIGITAL

Dirigido a:

Profesionales que tienen el reto de liderar equipos y diseñar procesos que persiguen el posicionamiento de la marca, las comunicaciones empresariales y las ventas de productos y servicios apoyados en mundo online.

Objetivos:

- Brindar las herramientas necesarias para que puedas desarrollar y fortalecer la identidad de tu negocio en la proyección efectiva de Imagen, Marca, Productos y Servicios en la Web
- Entender las redes sociales, su uso y su dinámica; de manera de entender cuando usarlas y de qué forma es más conveniente.
- Entender el impacto que tienen las redes sociales en la reputación de las marcas y cuál es la forma de atender las conversaciones con cliente y consumidores.

El programa de Marketing Digital está estructurado en dos partes. Cada una de gran importancia y pensadas secuencialmente, de manera que los conceptos y aprendizajes de la primera parte se apliquen en la comprensión de las siguientes.

M MÓDULO I

De las 4p a las 4C

- Las 4P del marketing mix.
- Las 4C del marketing en redes sociales.
- Las redes sociales.
- Preguntas antes de iniciar en las redes sociales.

- Tipos de redes sociales

Uso de las redes sociales

- Facebook.
- Twitter.
- Instagram.
- LinkedIn.
- Youtube.

Reputación Online

- Identidad y reputación online.
- Las reglas del juego han cambiado.
- Identidad digital 2.0.
- Cómo mejorar la reputación online

Las marcas y las redes sociales

- Marcas y redes sociales.
- Los influenciadores.
- Lo importante no es medir.

M MÓDULO II

Producto Digital

- Creación del producto.
- Marketing de contenidos.
- ABC del marketing de contenidos.
- Tendencias del marketing de contenidos.

El Blog como recurso de comunicación

- Qué plataforma usar.
- Consejos para sacar partido a un blog corporativo.
- Potenciar la visibilidad de un blog.

Cómo organizar el trabajo en Social Media

- Pasar para una efectiva campaña en RRSS.
- Medir la estrategia en redes sociales.
- Manejo de crisis en las redes sociales.

Redes sociales y el plan de marketing

- Atención al cliente en redes sociales.
- Estrategia de redes públicas online.
- Momento cero de la verdad

PROGRAMA DE **NEGOCIACIÓN**



Dirigido a:

Ejecutivos, directivos y profesionales responsables de instancias de negociación con clientes internos y externos, interesados en optimizar las habilidades de negociación en entornos empresariales.

Objetivos:

- Proporcionar un marco contextual sobre los principios y tipos de negociación.
- Conocer el método de la negociación.
- Reconocer el impacto que tiene la habilidad negociadora en los resultados del negocio.
- Aprender a decidir el esquema de negociación a emplear en cada contexto.
- Aprender a reconocer su propio estilo de negociador, el de la contraparte y cómo ambos influyen en el desarrollo del proceso.

El programa de negociación está estructurado en cuatro módulos. Cada uno de gran importancia y pensados secuencialmente, de manera que los conceptos y aprendizajes de la primera parte se apliquen en la comprensión de los módulos siguientes.

M MENÚ GENERAL

Principios de la negociación

- ¿Qué es negociar?
- Tipos de negociación
 - Distributiva
 - Integradora
 - De principios
 - Modelo de negociación de Harvard

M MENÚ GENERAL

Método de negociación

- Preparar la negociación
- Planear una estrategia
- Construir con flexibilidad
- Construir acuerdos

M MENÚ GENERAL

Relación interpersonal y negociación

- Tres factores de impacto
- Modelos de personalidad en la negociación
- Comportamiento en la negociación
- El lenguaje de la negociación

M MENÚ GENERAL

Experiencias y casos a través de la visión de especialistas:

- Patricio Peker
- Margaret Neale
- Robert Cialdini
- Max Bazerman
- William Ury

CURSO **GESTIÓN DE MARCAS**



Dirigido a:

Organizaciones, empresas e instituciones tanto públicas como privadas, interesadas en el crecimiento y posicionamiento de su negocio a través de estrategias y acciones que generen rentabilidad al negocio.

Objetivos:

- Conocer aspectos principales sobre la gestión de marca: definición, rol, importancia, tipos y componentes.
- Reconocer la importancia del papel que juega la gestión de marca para la empresa y lo que se ofrece al target de su negocio.
- Aplicar herramientas que contribuyan en la construcción de la identidad, posicionamiento y valor de la marca, los cuales permitirán lograr esa comunicación y compromiso en el cliente.

MÓDULO 1

Materia 1: Conceptos básicos

- Qué es una marca.
- De quién es la responsabilidad.
- Importancia de la marca.
- Tipos y componentes de la marca.

Materia 2: Arquitectura de marca

- Qué es la arquitectura de marca.
- Marca monolítica.
- Marca respaldada.
- Marca independiente.
- Marca mixta.

Materia 3: Dimensiones de la gestión de marca

- Concepto de marca.
- Identidad.
- Conciencia.
- Posicionamiento.
- Fidelidad.
- Capital de marca.
- Valor de la marca.

Materia 4: Identidad de marca

- Identidad corporativa.
- El símbolo de la marca.
- Nombre de la marca.
- Manual de marca.

Materia 5: Gestión de marca

- Branding.
- Estrategia de la gestión de marca.
- 5S de la gestión de marca.
- Gestionar la experiencia del cliente desde la marca.
- Brand Journalism: Las marcas como medios de Comunicación.

NUESTRO ENFOQUE Y VENTAJAS



-  Flexibilidad para elegir dónde y cuándo estudiar
-  Plataforma de aprendizaje virtual
-  Metodología de aprendizaje basada en estudios de casos y aplicación
-  Adquiere habilidades y competencias necesarias para tu alto desempeño

Poderosos recursos multimedia

- Múltiples videos de contenidos vinculados a los temas
- Audios o podcast con información clave sintetizada
- Tips y definiciones para reforzar conceptos clave
- Casos de estudio con situaciones practicas aplicables
- Actividades interactivas y validación de conocimientos



CONTÁCTANOS:
info@bularcama.com