



Programa de formación Comercial y **Ventas profesionales**

Justificación:

En una sociedad de consumo, altamente tecnificada, la información fluye a gran velocidad. Así el consumidor actual conforma un mercado híper competitivo. Por esto es importante para las personas que desempeñan funciones en áreas comerciales, diferenciarse de la amplia competencia y lograr desarrollar relaciones de largo plazo con los clientes, con el fin de mantener y aumentar la eficiencia y eficacia de su gestión.

Uno de los factores diferenciales, sino el más importante, es la atención de clientes. Malas experiencias de venta y post venta son moneda corriente, por ello la educación profesional de quienes ocupen roles comerciales está comenzando a ser una imperiosa necesidad para sobresalir en un mercado saturado de oferta.

La formación en técnicas y habilidades comerciales en nuestro país son una necesidad latente, en etapa del desarrollo, dicha capacitación mejora la empleabilidad y el desarrollo de emprendimientos sustentables. Tanto en épocas de crisis económicas como de expansión de la economía las empresas buscan mantener o aumentar sus niveles de ventas. En las páginas web de empleo casi el 50% de las búsquedas se orientan al sector comercial/ventas dado que de ello depende la rentabilidad de las empresas.

La oferta académica aparece tímidamente y se centra en institutos privados, empresas de consultoría y algunas universidades privadas.

Es necesario avanzar en el proceso de formación comercial en ámbitos donde no hay presencia, como la universidad pública, para llegar a personas con distintos perfiles y niveles de información en la materia.

Objetivo general del programa:

Lograr que los asistentes adquieran conocimiento sobre las herramientas que profesionalizan la gestión comercial.

Contribuir a que los procesos de venta y atención al cliente, mejore sus estándares de calidad.

Objetivos específicos:

Que los participantes:

- Mejoren sus posibilidades de empleabilidad.
- Aumenten las probabilidades emprender auto sustentablemente.
- Logren poner en práctica las modernas herramientas, necesarias para profesionalizar la gestión de aquellas personas que ocupan roles comerciales; ejecutivos de cuenta, vendedores independientes, mandos medios y emprendedores.

Programa de actividades:

El presente programa de formación se divide en 3 módulos, con el objetivo que el asistente, pueda identificar las herramientas necesarias al momento de estimar necesario aplicarlas.

Actividades a Realizar:

Se realizarán trabajos práctico grupales e individuales, aplicando metodologías de rol play, gamificación, test, visualización de videos y análisis de casos prácticos.



Contenidos temáticos

Módulo 1: "Introducción al mundo comercial"

- Clase 1: - Que es la venta y la importancia de aprender a vender.
- La venta como materia Multi disciplinaria.
- Diferencia entre venta de bienes (tangibles) y servicios (intangibles).
- Asesorar vs Vender: Perfil del asesor comercial profesional.
- Tipos de venta.
- Clase 2: - El fracaso de la venta transaccional.
- Proceso decisorio de compra
- Identificando tipos de clientes.
- Necesidades de los clientes. Pirámide de Maslow. Implícitas y explícitas.
- Función del Marketing estratégico. Conceptos necesarios:
 - o Definición de negocio
 - o Producto/Servicio; ciclo de vida y dimensiones
 - o Canales de comercialización
 - o Mercado y segmentación
 - o

Módulo 2: "Herramientas y habilidades del Asesor Comercial"

- Clase 1: - Definir objetivos eficientemente. SMART. Trabajo por objetivos, métodos.
- La prospección: metodologías para ganar Clientes. Solicitud de Referidos.
- Métodos de contacto.
- Creación y uso de la base de datos.
- Erradicando "la presión" del entorno comercial. Plan comercial y plan de ventas. Pipeline.
- Clase 2: - El lenguaje verbal: generador de acciones, modelos mentales.
- Inteligencia Emocional.
- El lenguaje no verbal
- La escucha Activa
- Oratoria: presentaciones efectivas y el miedo escénico.
- PNL
- Clase 3: - Metodologías de venta: KAM, DOSAR, SPIN, AIDA
- Modelo de ventas general y sus 6 pasos fundamentales.
- Objeciones. tipos y soluciones posibles
- Cierre.

Módulo 3: "Ventas por internet"

- Clase 1: - Introducción al mundo on line. (historia, presente y futuro). Canal digital de ventas, ventajas y desventajas. Redes sociales importancia. estrategias comunicacionales.
- Clase 2: - Community manager; función rol. SEO, SEM. Herramientas; Google analytics Google Adwords, Facebook, Instagram, Whatsapp, LinkedIn.
- Clase 3: - Desarrollo integral de estrategia de social media.

Forma de Evaluación:

Se realizarán test de comprensión tipo multiple choice y debate posterior.
Al finalizar el curso cada alumno deberá realizar un escrito sobre la reflexión que le merecen los temas aprendidos durante el programa.



Bibliografía:

- "Los enemigos del comercio", Antonio Escohotado, Ed: SLU Espasa Libros, año 2008.
- "Venta de Servicios Profesionales", Patrick Forsyth, Ed: Folio Barcelona, 1995.
- "Vendedores Pitbull", Luis Paulo Luppá, Ed: ediciones Granica, 2013.
- "La venta estratégica" Miller & Heiman, Ed: Grijalbo, 1997.
- "La estrategia del océano Azul". W. Cham Kim, R. Mauborgne, Ed: G. E. Norma. 2000
- "Principios del Marketing". Phillip Kotler/ Armstrong, Ed: Pearson
- "El lenguaje del cuerpo". Flora Davis Ed: Emecé 1975.
- "Actos del lenguaje". Rafael Echeverría. Vol. 1, La escucha. Buenos Aires: Granica; 1994.
- "La inteligencia emocional". Daniel Goleman. Editorial Vergara.
- "El crimen Perfecto" . video película Dir. Alex de la iglesia. 2004

Certificación:

Al finalizar el programa se entregará a los asistentes, certificado de asistencia expedido y avalado por la Universidad Nacional de Luján.

Requisitos: - Tener el 75% de asistencia al programa.
- Haber realizado los test de comprensión y la presentación final.

Cronograma de actividades:

El Cronograma se desarrolla en 3 módulos.

Módulo 1; 2 clases. Una vez a la semana, de duración 2 hs cada clase.

Módulo 2; 3 clases. Una vez a la semana, de duración 2 hs cada clase.

Módulo 3; 3 clases. Una vez a la semana, de duración 2 hs cada clase.

Organización:

Docente Coordinador: Lic. Mónica Peralta. (Adjunto Ordinario Div. Adm Depto Sociales)

Docente Colaborador: Lic. Jorge Monticelli. (JTP)

Docente Colaborador: Lic. Juan Federico Pantanetti.(Graduado Unlu)

Destinatarios:

El Programa de formación comercial está apuntado a toda la comunidad en general.

Personas que necesiten mejorar sus posibilidades de empleabilidad, y habilidades de ventas. Que se desempeñen o no en áreas comerciales. Empresas que quieran fortalecer su fuerza de ventas, o personas que quieran desarrollar sus emprendimientos personales.

Único requisito, mayores de 18 años.

Duración: 3 módulos duración de carga horaria total de 16 hs.

Lugar, fecha y Horarios:

El Programa se desarrollará en esta edición en el Centro Regional San Miguel.

Av. Ricardo Balbín 1617, San Miguel - Buenos Aires - Argentina - C.P 1663

Fecha de Inicio

Ctro. Reg. San Miguel: los sábados 08 de setiembre al 03 de Noviembre de 2018 de 14.00 a 16.00hs. ó los Viernes desde el 07 de setiembre al 02 de Noviembre de 2018 de 19.00 a 21.00hs

Sede Luján: los sábados desde el 08 de setiembre al 27 de octubre de 2018 de 10.00 a 12.00hs.

Consultas

informescatec@unlu.edu.ar , federicopanta@yahoo.com.ar, Whatsapp 1558360930

Lujan, 19 de Junio de 2018.-