



# Programa en Gestión Comercial y Ventas

Mejorando las habilidades de los equipos comerciales

---

**Certificado por la Universidad de los Andes Colombia**

## ▶ Programas de Executive Education

La Universidad de los Andes es una institución autónoma, independiente e innovadora que propicia el pluralismo, la tolerancia y el respeto de las ideas; que busca la excelencia académica e imparte a sus estudiantes una formación crítica y ética para afianzar en ellos la conciencia de sus responsabilidades sociales y cívicas, así como su compromiso con el entorno.

La Facultad de Administración de la Universidad de los Andes tiene por objetivo formar líderes de alto nivel con enfoque internacional, y pertenece al selecto 1% de las Escuelas de Negocios en el mundo que cuentan con la Triple Corona.

Nuestra oferta académica incluye programas y cursos de negocios en modalidad virtual más clases en vivo, los cuales han sido desarrollados con toda la calidad y excelencia académica de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, Colombia, e impartidos con la flexibilidad de eClass. Las clases son dictadas por un cuerpo académico del más alto prestigio y la plataforma online te permite estudiar donde quieras y en el momento que elijas.



## ▶ **Objetivos generales**

Hoy existe una fuerte competencia en el mercado que hace que sea un imperativo adquirir nuevas técnicas de venta para llegar a un cliente que cada día está más informado y empoderado. Es por ello que se necesitan líderes y equipos más informados de los últimos conocimientos de marketing sumado a las habilidades comerciales y de venta para lograr así una combinación que asegure el éxito de la empresa.

## ▶ **A quién está dirigido?**

Este programa está dirigido a ejecutivos, profesionales y colaboradores que se desempeñen en el área comercial, en áreas de estrategia de ventas o de planificación de la venta.

## ▶ Cursos del Programa

### **Gestión de ventas**

De la venta confrontacional a la venta racional

### **Orientación al Cliente**

Apostando por la completa satisfacción

### **Fundamentos del Marketing**

Generando estrategias para enfrentar nuevos mercados.

### **Negociación**

La habilidad de lograr un eficiente acuerdo

# Gestión de ventas

*De la venta confrontacional a la venta racional*

## ► Descripción

Las empresas hoy en día se están enfrentando a una competencia altamente agresiva, con clientes mejor informados y con la presencia de un sinnúmero de productos que satisfacen hasta las necesidades y requerimientos más extraños.

Es por esto que los ejecutivos que se desempeñan en las áreas de ventas, así como aquellos que se encuentran en la alta dirección organizacional, han detectado la importancia de comprender a cabalidad a sus clientes, sus motivaciones y las necesidades que los mueven a actuar de determinada manera. Es así como un adecuado conocimiento del proceso de ventas y de las técnicas de ventas que lograrán llevar el producto a los hogares de los consumidores es clave para que las organizaciones puedan competir y alcanzar mejores resultados en las industrias y sociedades donde se encuentran insertas.

En esta línea, el objetivo de este curso es que los alumnos puedan comprender cómo mejorar el rendimiento de los equipos de venta al interior de las organizaciones, a través de una mirada estratégica de la venta, pero a su vez a través de una mirada práctica de la misma, contribuyendo a la creación de valor para la compañía, para los clientes y para los accionistas. En definitiva, este curso contribuirá a que el alumno se desempeñe mejor en sus funciones relacionadas con el área de ventas y ayudará a tener una mirada más centrada en el cliente, en sus necesidades y en cómo abordarlo para tener éxito en el proceso de la compra-venta.

## ▶ ¿Qué aprenderás?

1. Comprenderán el concepto de venta y aprenderán a identificar los diversos tipos de ventas, reconociendo los elementos básicos del proceso de venta y sus etapas.
  2. Aprenderán a ampliar la información sobre los clientes actuales y potenciales, identificando las estrategias que utilizan los compradores. También conocerán la relación que existe entre la pirámide de las necesidades de Maslow y las ventas.
  3. Adquirirán habilidades para preparar el primer contacto con el cliente, comprendiendo la importancia de la comunicación asertiva para ganarse su confianza. Aprenderán a captar el estilo comunicativo de los clientes.
  4. Pondrán en práctica estrategias para negociar con clientes, aprenderán a argumentar en una negociación y a convertir la venta en una solución para el cliente. Identificarán los errores frecuentes que los vendedores cometen a la hora de concretar la venta.
  5. Conocerán los tipos y técnicas de cierre de ventas y aplicarán recomendaciones para concretar un cierre con los clientes. Identificarán las señales verbales y no verbales que indican una posibilidad de cierre. Comprenderán el aporte de Internet para los negocios y en especial para vender, y pondrán en práctica estrategias y herramientas para mantener y profundizar la relación con los clientes.
- No dejen pasar esta oportunidad única para mejorar sus habilidades de venta y llevar su carrera al siguiente nivel. ¡Los esperamos en el curso!

## ▶ Contenidos del curso

<b>Unidad 1</b>	¿Qué es la venta?
<b>Unidad 2</b>	Estrategia del consumidor y sus necesidades
<b>Unidad 3</b>	Preparando la entrevista de ventas y nuestra comunicación con el cliente
<b>Unidad 4</b>	Negociando con el cliente
<b>Unidad 5</b>	Concreción de la venta
<b>Unidad 6</b>	La venta en la era digital

## ► Cuerpo Docente



### **Daniel Rojas Murcia**

Administrador de Empresas, especializado en Mercadeo con Magíster en Administración (MBA), bilingüe, con experiencia de más de 15 años en Gerencia de Mercadeo, Marca, Producto, Ventas, Áreas Comerciales y Canales de Distribución. Sólido conocimiento en el diseño, desarrollo y ejecución de planes estratégicos de Mercadeo, así como también en el desarrollo de nuevos canales de distribución. Orientado a la generación de demanda, administración de presupuestos y de la relación con agencias de medios y de publicidad. Vocero autorizado para medios de comunicación. Competencias en liderazgo, relaciones personales, toma de decisiones y orientado al logro. Fortaleza y habilidad en el trabajo en equipo, comunicación oral y escrita.

# Orientación al Cliente

*Apostando por la completa satisfacción*

## ► Descripción

En el vertiginoso mundo actual de los negocios, la Orientación al Cliente se esboza como una de las estrategias más atractivas para que una empresa otorgue un valor agregado y se mantenga vigente. De este modo, no sólo se trata de llegar al público objetivo, sino de enfocar todos los esfuerzos en función de las expectativas y necesidades de los clientes.

Es por esto que uno de los objetivos más importantes de este curso es aportar herramientas y estrategias que permitan gestionar efectivamente un vuelco organizacional de la empresa hacia la Orientación al Cliente. En la actualidad todas las empresas son de servicios por lo que si no existe una preocupación importante con respecto a las necesidades de los consumidores, la compañía se quedará en el pasado en la carrera de alcanzar rentabilidad en el mercado moderno. De esta forma, es sumamente importante un cambio de paradigma hacia el cliente que considere la alta competencia del mundo de hoy.

Ante este panorama, la Orientación al Cliente corresponde a un modelo que cada vez más empresas están adoptando para ofrecer un valor agregado a los clientes. Asimismo constituye una estrategia corporativa fundamental para enfrentar las nuevas exigencias de los consumidores, para así sobrellevar de mejor forma la compleja estructura de las compañías del futuro.

## ▶ ¿Qué aprenderás?

1. Entenderás diversas orientaciones empresariales en el mercado y cómo cambiar tu organización hacia un enfoque centrado en el cliente.
  2. Aprenderás a distinguir entre cliente, consumidor y usuario, y a aplicar estrategias para orientar el cambio hacia el cliente.
  3. Conocerás las fases del Ciclo de Compromisos y cómo el Neuromarketing influencia la decisión de compra de los consumidores.
  4. Adquirirás habilidad para diferenciar y aplicar estrategias de Marketing en el comercio digital, con enfoque en la Omnicanalidad, y a distinguir entre Imagen e Identidad Corporativa.
  5. Finalmente, aprenderás a gestionar quejas de clientes según normativa internacional, y a aplicar métricas de rentabilidad y satisfacción para mejorar la orientación al cliente.
- No pierdas la oportunidad de potenciar tus habilidades y mejorar tu rendimiento laboral. Únete a nuestro curso y conviértete en un profesional del Marketing de éxito.

## ▶ Contenidos del curso

<b>Unidad 1</b>	El cliente como motor de la empresa
<b>Unidad 2</b>	Con la orientación al cliente en el ADN de la organización
<b>Unidad 3</b>	Conocer al Cliente: Fundamento en la creación de conexiones
<b>Unidad 4</b>	Satisfacción y Retención: beneficios de la Orientación al Cliente
<b>Unidad 5</b>	¿Cómo atender a los clientes y gestionar las quejas?
<b>Unidad 6</b>	Indicadores de resultados: Métricas sobre el cliente

## ► Cuerpo Docente



### **Jose Ricardo Franco Mojica**

Psicólogo y Publicista, Magíster en Antropología Social, especializado en Psicología del Consumidor y en Derecho de la Competencia y del Consumo, con estudios de postgrado en Gerencia de Mercadeo, Sistemas Motivacionales en el Comportamiento Humano; y en Creatividad y Lenguaje de los Medios. Actualmente es consultor en estrategia de mercadeo y publicitaria, y en Neuromarketing y Neurobranding. Profesor en el posgrado de Inteligencia de Mercados de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, y profesor de la Maestría en Marketing del CESA en Bogotá. Invitado a dictar conferencias a nivel internacional.

# Fundamentos del Marketing

*Generando estrategias para enfrentar nuevos mercados.*

## ► Descripción

El entorno en el que nos posicionamos cambia y evoluciona constantemente. Es por ello que el éxito de nuestra empresa dependerá de nuestra capacidad de adaptación. Y en esa línea, el rol del marketing estratégico debe ser el anticiparse e ir más rápido que las necesidades de los consumidores.

El marketing tradicional que buscaba satisfacer a los consumidores, más rápido y más barato que la competencia, dando respuestas a los gustos de los clientes, ya no es suficiente.

Hoy, debido a la complejidad de los productos que ofrece el mercado, para ser líderes debemos asumir el desafío de enseñar a los clientes sobre aquello que realmente desean.

En este sentido, el manejo de información de los clientes es vital, pues permite ser capaz de anticiparse a sus necesidades e incluso, generar ofertas que creen nuevos requerimientos. Es por ello que en este curso, se enseñan técnicas que permiten conseguir información y profundizar en la relación con los clientes.

De esta forma, el objetivo del curso es conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de marketing que esté alineado con los

## ▶ ¿Qué aprenderás?

1. Aprenderán qué es el Marketing Estratégico y sus componentes, así como la documentación de este a través del Plan de Marketing. Entenderán su importancia y criticidad para el éxito de los negocios.
2. Descubrirán qué es y cómo se diseña una propuesta de valor, y su relevancia en la era digital. Aprenderán cómo una propuesta de valor online puede ayudar a centrarse en el cliente.
3. Comprenderán la importancia de una adecuada estrategia de producto en el marketing de una empresa, cómo las marcas generan un posicionamiento en la mente del consumidor y cómo se construye la gestión de marca en el mundo digital.
4. Conocerán qué es y en qué consiste una estrategia de Pricing, las estrategias de pricing modernas, estrategias de Omnicanalidad y Multicanalidad y cómo aplicar acciones de omnicanalidad en el negocio.
5. Aprenderán qué es el marketing digital y sus beneficios, los pasos para el proceso de diseño e implementación de una estrategia de Marketing Digital y los principales canales utilizados actualmente en Marketing Digital. Además, comprenderán qué es la fidelización de clientes y sus beneficios, cómo identificar indicadores de lealtad del cliente y cómo aplicar estrategias de fidelización en una empresa y en puntos de contactos digitales. Te invitamos a unirse a este curso para mejorar tus habilidades y ser un profesional más completo.

## ▶ Contenidos del curso

<b>Unidad 1</b>	Marketing Estratégico: Base fundamental para un plan de Marketing exitoso
<b>Unidad 2</b>	Propuesta de valor para un consumidor más digital
<b>Unidad 3</b>	Estrategias de marca y producto para los desafíos actuales
<b>Unidad 4</b>	Precio y muticanalidad: alineación con la estrategia
<b>Unidad 5</b>	Marketing digital: el camino para la interacción continua con el cliente
<b>Unidad 6</b>	Fidelización de clientes al largo plazo

## ► Cuerpo Docente



### **Jaime Eduardo Marin Galvez**

Magíster en Mercadeo de la Universidad de los Andes con experiencia de más de diez años en el campo del Marketing, comercial y las comunicaciones, y siete de ellos en el sector educativo. Con alto conocimiento en desarrollo y ejecución de estrategias de marketing y comunicación, al igual que de estrategias comerciales y de ventas velando por el cumplimiento de objetivos estratégicos de la organización. Además con capacidad para gestionar y administrar eficientemente unidades de negocio en todos su frentes: estratégico, operativo, logístico, financiero y de control, lo que permite una toma de decisiones más asertivas.

# Negociación

*La habilidad de lograr un eficiente acuerdo*

## ► Descripción

En la actualidad, han quedado atrás las técnicas tradicionales de negociación que se basaban en modelos gana-pierde, posiciones-intereses o el famoso suma cero. El problema era que estas perspectivas no consideraban los temas contingentes al siglo XXI, donde las grandes empresas, gobiernos e instituciones deben utilizar códigos que logren integrar todas las visiones que encarna la condición moderna.

El curso de Negociación indaga sobre estas problemáticas, considerando factores como el avance de la tecnología, el nuevo escenario de servicios y su gran complejidad, como también el considerable aumento de la competencia, donde es fundamental replantear las técnicas que nos permiten llegar a acuerdos exitosos. Para lograr este propósito es necesario enfocarse en la capacidad comunicacional de los agentes involucrados en la negociación, en las relaciones interpersonales, así como lograr eficazmente anticiparse a los requerimientos de nuestra contraparte.

De esta forma, el saber escuchar, entender las necesidades del otro y buscar acuerdos que beneficien a todos los involucrados es la tarea primordial del negociador de la era de la globalización, donde el objetivo más importante es lograr un cierre o convenio donde se satisfagan las exigencias y se logre un nivel de confianza que permita una relación a largo plazo.

## ▶ ¿Qué aprenderás?

1. Aprenderán a entender qué es la negociación y cómo identificar las etapas de su proceso, así como los desafíos que presenta.
  2. Adquirirán habilidades de comunicación verbal y no verbal para una negociación exitosa, y conocerán los factores que permiten entablar una comunicación no violenta en la negociación.
  3. Comprenderán el rol del poder en una negociación, identificando qué factores nos otorgan poder y cuáles son las fuentes de poder.
  4. Conocerán y aplicarán las distintas estrategias de negociación que existen para alcanzar un acuerdo, identificando las características y estrategias de dos tipos de negociación: competitiva y colaborativa.
  5. Finalmente, aprenderán a identificar y poner en práctica las técnicas de interacción entre negociadores para un buen cierre, reconociendo las etapas del cierre de una negociación y el rol del negociador para un cierre exitoso.
- Este curso es una excelente oportunidad para mejorar sus habilidades de negociación y aumentar su eficacia en el entorno laboral. Les invitamos a unirse a nosotros en este emocionante viaje de aprendizaje.

## ▶ Contenidos del curso

<b>Unidad 1</b>	Qué es ser un negociador y cuál es la función de la negociación
<b>Unidad 2</b>	La construcción de conversaciones en la negociación
<b>Unidad 3</b>	El rol del poder en la negociación
<b>Unidad 4</b>	Estrategias de negociación
<b>Unidad 5</b>	Las técnicas de un buen negociador
<b>Unidad 6</b>	El cierre de la negociación

## ► Cuerpo Docente



### **Anamaría Mendieta Tobón**

Abogada, Universidad de los Andes. Consultora en negociación y manejo de conflictos para empresas y organizaciones que incluyen procesos comunitarios, procesos de relación con sindicatos, procesos de capacitación– acompañamiento y desarrollo de modelos para fuerzas comerciales, procesos de resolución de conflictos y de fortalecimiento de equipos para comités directivos y gerenciales.

## Modalidades de estudio

El programa se compone de 4 cursos en la modalidad de estudio Virtual.  
El curso consta de 6 unidades online. Cada curso tendrá dos (2) clases virtuales prácticas, para que se conecten desde el lugar que elijan.  
La duración de nuestros programas es entre 8 meses aproximadamente.

## Valor

-Costo de inversión Programa: \$5.400.000  
-Costo de inversión Curso: \$1.500.000

## Formas de pago

-Depósito/consignación, PayU, tarjetas de crédito y débito.  
-Suscripción de cuotas a través de PayU.  
-Pago empresa: Factura (crédito 30 días).

## Requisitos

Los requisitos para acceder al programa son:  
-Disponer de acceso a internet.  
-Dominio computacional nivel usuario.

## CONTACTO

**Teléfono:**+57 3144680026 (Llamadas y WhatsApp)  
**Correo:**uniandes.colombia@eclass.com  
**Página web:** www.eclass.com.co