

Cursos de Extensión 2014

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA



TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS DE VENTA

PROGRAMA 2014

DOCENTES

Lic. en Adm. Martín Giorgis: Adscripto a la cátedra Calidad Estratégica Total. Facultad de Ciencias Económicas - UNC. Se desempeña como consultor en gestión comercial e instructor de ventas.

Lic. en Adm. Roberto Kerkebe Lama: Profesor Auxiliar de la cátedra Psicología de las Organizaciones. Facultad de Ciencias Económicas - UNC. Se desempeña como consultor en gestión estratégica comercial y recursos humanos.

Lic. en Adm. Rodrigo Díaz: Adscripto a la cátedra Administración de la Producción. Facultad de Ciencias Económicas - UNC.

.....
.....

OBJETIVOS

- Formar profesional y éticamente recursos humanos especializados capaces de desempeñar funciones comerciales en empresas y mercados altamente competitivos e inestables.
- Desarrollar habilidades y actitudes orientadas a la generación de ingresos, la prevención de errores y la reducción de la incertidumbre en la práctica profesional de la actividad comercial.

.....
.....

CONTENIDOS

Módulo I: Sistemas Eficaces de Búsqueda de Clientes

Los enfoques comerciales. El análisis de mercados: potencialidad y demanda. Los

clientes potenciales: Determinación de necesidades y capacidad de pago. La segmentación en acción. Definición de perfiles de clientes potenciales. Fuentes de información y captación de clientes potenciales: 130 fuentes de información. Técnicas alternativas de identificación y captación de clientes. Los contactos iniciales. El proyecto 100. Los clientes en las distintas etapas del ciclo de vida el producto. Categorías de usuarios. Roles de los agentes involucrados en la compra. Desarrollo de producto y desarrollo de mercado. Otras técnicas de identificación de clientes.

Módulo II: Tácticas y Estrategias Comerciales

Comportamientos y herramientas profesionales de gestión comercial. Hábitos favorables para la Gestión Comercial. La Planilla de contactos. La Hoja de Ruta. La base de datos de prospectos. La agenda.

Herramientas para la preparación de la entrevista comercial. La información vital: qué hay que saber. Sector o rubro. El cliente. Nuestra empresa. El diagnóstico comercial. La matriz producto/perfiles de clientes. Los objetivos comerciales. Diez preguntas clave para una buena estrategia comercial. Diez preguntas tácticas. Las herramientas para comprobaciones previas a la entrevista comercial. La Hoja de referidos. La administración eficaz del tiempo: los Cuadrantes de Covey.

Herramientas para la evolución de la eficacia de ventas. La matriz de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamiento ético. El scorecard de ventas.

Módulo III: Identificación de Patrones y Actitudes de Compra del Cliente Actual - Negociación Comercial

Los patrones de comportamiento del nuevo consumidor. Sus grupos de pertenencia, aspiración y rechazo. Tipos de conducta de compra. La conducta de compra compleja: etapas del proceso de decisión de compra. El comportamiento psicográfico de su grupo de influencia: El modelo VALS. El Marco AIO: Actividades, Intereses y Opiniones. Actitudes de compra. Las principales influencias actitudinales y cómo abordarlas: el modelo de Conductas de Interacción Dinámica. Estrategia y ejecución de la negociación comercial. Taller de Trabajo.

Módulo IV: Herramientas de Negociación Aplicadas al Manejo de Objeciones y al Cierre De Ventas

El proceso de cierre de operaciones comerciales. El modelo AIDA aplicado a la negociación comercial. El pre-acercamiento, el acercamiento y el contacto inicial. El proceso de identificación de necesidades: la indagación, la escucha activa y la retroacción.

La presentación del producto o servicio: la construcción de una argumentación eficaz. Demostración y prueba de productos. La argumentación en la venta de servicios: las imágenes mentales y la persuasión creativa. Los movimientos hacia el cierre. El tratamiento de las objeciones del cliente: Modelo General para el Tratamiento de Objeciones. Técnicas de presentación del precio. El cierre de operaciones: la psicología del cierre de ventas. Las cuatro leyes inexorables del cierre de operaciones comerciales. Señales físicas y verbales. Las principales técnicas de persuasión para el cierre de operaciones comerciales. Los movimientos administrativos, el remate del logro y la conducta reductora de disonancia.

.....
.....

METODOLOGÍA

Se concibe al aprendizaje como una construcción por lo que la metodología de este entrenamiento es dinámica e interactiva. En todo momento se incentiva la participación y el trabajo en equipo como ejes del programa. Los recursos didácticos utilizados a tal fin son los talleres de trabajo, espacios de aplicación e implementación que permiten obtener conclusiones personales y grupales.

.....
.....

CERTIFICACIÓN

Se otorgará certificado de aprobación si el participante asiste como mínimo al 80% de los encuentros y aprueba la evaluación final del curso propuesta por el docente. Los certificados podrán ser retirados 15 días después de finalizado el curso, de lunes a viernes de 9 a 20 hs., en el plazo del año calendario siguiente a la finalización del cursado.

.....
.....

Informes e Inscripciones

Secretaría de Extensión

Facultad de Ciencias Económicas (Subsuelo)- UNC

Av. Valparaíso s/n - Ciudad Universitaria - Córdoba

Tel: (0351) 443730 0 int. 48593 /48513

cursos@eco.unc.edu.ar

SEGUINOS EN:  ExtensionEconomicasUNC  @SecExtensionFCE