

# PROGRAMA HABILIDADES DIRECTIVAS ESTRATEGIAS COMERCIALES DE AVANZADA

---

*Prácticas de clase mundial para incrementar sostenidamente los resultados comerciales.*

## Objetivo:

Que los participantes dominen las estrategias modernas de la Dirección Comercial y su impacto en los resultados de la empresa, a través del diseño de una labor que identifique, aproveche y potencie una estrategia que responda a las oportunidades de mercado.

## Dirigido a:

Directores Comerciales, Gerentes de Mercadeo y/o Ventas, Gerentes de Servicio al Cliente, Supervisores de Ventas y Empresarios que deseen incrementar sus resultados comerciales.

## Metodología:

Combinación de metodologías pedagógicas con actividades prácticas que sometan a los participantes a situaciones a las que deberán enfrentarse en sus realidades comerciales, resolviendo retos que requieran un dominio de las herramientas y conceptos adquiridos así como una capacidad analítica de alto nivel.

## Contenido temático:

### MÓDULO I - Estrategias avanzadas de Marketing

1. Los tipos de empresas y sus estrategias comerciales
2. Estrategias novedosas de Segmentación/Posicionamiento
3. Análisis geoespacial del mercado
4. Estrategias de marketing dirigidas por Analytics
5. Estrategias modernas de Merchandising y Retail Marketing
6. Las Plataformas de Servicio al Cliente

### MÓDULO II - Design Thinking: Innovación centrada en la persona

1. Factores del entorno de los mercados que impactan a las empresas y las personas.
2. El Marketing como catalizador entre la relación de las Dimensiones Persona – Oferta – Empresa
3. Qué es Design Thinking: Premisas y Pasos
4. Análisis estratégico de Mercados y Design Thinking
5. El impacto de la innovación centrada en la persona en el negocio de la empresa

# PROGRAMA HABILIDADES DIRECTIVAS ESTRATEGIAS COMERCIALES DE AVANZADA

---

*Prácticas de clase mundial para incrementar sostenidamente los resultados comerciales.*

## MÓDULO III - Inbound Marketing

1. Metodología de IM
2. Auditoría de los componentes de la identidad digital de la empresa
3. El ciclo de madurez de los prospectos
4. Estrategias de Inbound marketing
5. Importancia y técnicas para el desarrollo del contenido de marketing

## MÓDULO IV - Estrategia de comercialización para empresas de alta inversión

1. Habilidades generales comerciales
2. Desarrollo de motivación y bonificaciones
3. Importancia del Coaching de ventas
4. CRM
5. Taller de ventas consultivas

## MÓDULO V - Estrategias modernas de ventas

1. El modelo de ventas basado en la creación de valor.
2. Estrategias de conformación de equipos comerciales acorde a las situaciones de ventas desde la perspectiva del cliente.
3. Modelos de ventas remotas
4. Técnicas de manejo de objeciones y el cierre de ventas
5. Técnicas para optimizar el poder del lenguaje corporal

## MÓDULO VI - Negocios Internacionales

1. Pasos para internacionalizar los negocios de la empresa
2. Negociación internacional y contratos internacionales
3. Estrategias de penetración de mercados
4. Adecuación del producto al mercado internacional con enfoque en Speed to Market
5. Caso