



# GESTIÓN ESTRATÉGICA DE VENTAS

DIPLOMADO  
EN LÍNEA



Titulación

BIOQUÍMICA DIAGNÓSTICA, QFB, FARMACIA

## OBJETIVO

El participante diseñará estrategias de venta a partir del conocimiento del sector al que pertenece, así como las herramientas comerciales disponibles, con la finalidad de propiciar un mayor impacto en la gestión de ventas y participación de la organización en el mercado.

## DIRIGIDO A

Profesionistas en administración, contabilidad, gerencia, supervisión, personas que se desempeñan en áreas de venta y mercadotecnia, entre otras disciplinas interesadas en emprender o fortalecer esta área de su organización.

## DURACIÓN

240 horas

## CONTENIDO TEMÁTICO

### Módulo I. Entorno nacional y global de los negocios y de los mercados

- 1.1** Entorno comercial de las empresas
  - 1.1.1** Prácticas efectivas de negocios de clase mundial
  - 1.1.2** Tratados, acuerdos comerciales y alianzas
  - 1.1.3** Medidores de efectividad financiera
    - Macro ambiente, medio Activo – PESTEL y entorno internacional
  - 1.2.1** Análisis del ciclo económico y variables macroeconómicas
  - 1.2.2** Entorno competitivo: compitiendo en las grandes ligas
- 1.3** Estrategia empresarial y comercial
  - 1.3.1** Evaluación y tamaño del mercado proyección de participación
  - 1.3.2** Análisis de la oferta, la demanda y la competitividad
- 1.4** Mercadotecnia por canal (*channel marketing*) y mercados adyacentes

- 1.4.1** Definición del *target*
- 1.4.2** *Branding*
- 1.4.3** Tipos de mercadotecnia: estrategias *Push / Pull*
- 1.5** Herramientas y diseño de una investigación de mercados

### Módulo II. Función, organización y estructura del área de ventas

- 2.1** Proceso de ventas
  - 2.1.2** Administración y tamaño de la fuerza de ventas
  - 2.1.3** Estrategia de compensaciones y bonos de desempeño
  - 2.1.4** Descripción de puestos y competencias del profesional de ventas
- 2.2** Sistema de evaluación del desempeño
  - 2.2.1** Operación del área de ventas
  - 2.2.2** Procedimientos de venta
  - 2.2.3** Establecimiento de presupuestos y metas comerciales
  - 2.2.4** Productividad en ventas e indicadores,

- herramientas y controles
- 2.3** Estructura comercial en las empresas
- 2.3.1** Distribución comercial
- 2.3.2** Proceso de planeación de ventas
- 2.3.3** Organización por región, producto y geográfica
- 2.3.4** Prospección de clientes

### **Módulo III. Técnicas y prácticas de venta. Marca personal del vendedor**

- 3.1** *Neuromarketing, Endomarketing y employer branding*
- 3.2** Conocimiento del mercado y clientes
- 3.3** Análisis de la conducta del consumidor
- 3.4** Bloqueadores de la venta
- 3.5** Valores y cualidades del vendedor profesional
- 3.6** Conducta del vendedor profesional frente al medio ambiente
- 3.7** Manejo de información y objeciones
- 3.8** Marca personal del vendedor
- 3.9** Estrategias y enfoques de la venta
- 3.10** Estrategias de negociación
- 3.11** Ética y negociación: los valores de la empresa y de la persona
- 3.12** Seguimiento y retención de clientes

### **Módulo IV. Planeación estratégica comercial**

- 4.1** Pronósticos financieros-punto de equilibrio
- 4.2** *Costing, pricing* y ROI
- 4.3** Estimación de los pronósticos financieros y de mercado
- 4.3.1** Pronósticos históricos y de causa-efecto
- 4.3.2** Determinación y evaluación de presupuesto de ventas
- 4.3.3** Planeación financiera en las ventas
- 4.4** Estrategias para diseñar el plan comercial
- 4.5** Teorías Futuristas
- 4.6** Variables financieras que afectan los procesos comerciales
- 4.7** Análisis de los estados financieros orientado a la administración comercial
- 4.8** Compensación de la fuerza de ventas y flujo de efectivo
- 4.9** Rentabilidad del mercado y *Balance Score Card*
- 4.10** Gestión de cuentas clave
- 4.10.1** Qué es una cuenta clave
- 4.10.2** Peril del *Key Account Manager* (KAM)

### **Módulo V. Análisis y estrategia de mercado**

- 5.1** Análisis de mercado de datos cuantitativos y otras formas de hacerlos

- 5.2** Planeación de escenarios
- 5.3** Canales de distribución
- 5.4** Estrategia de punto de venta y canales de mercadeo
- 5.5** Estrategia Digital
- 5.6** Estrategias de Comercio Electrónico
- 5.7** División geográfica de los mercados
- 5.8** Perfil del consumidor mexicano de hoy
- 5.9** Evolución de las formas de ventas
- 5.10** Importancia del canal de autoservicio

### **Módulo VI. Mercadotecnia Digital, e-commerce, e-business y procomer**

- 6.1** Conceptos y definiciones
- 6.2** Comportamiento del consumidor
- 6.3** Mezcla de mercadotecnia. Las 7 P's (*Product, Price, Place, Promotion, Profits, People and Processes*)
- 6.4** Solución, Información, Valor y Acceso (SIVA)
- 6.5** Estrategias de promoción de ventas y estrategias de publicidad
- 6.6** Medios de ejecución medios ATL (*Above The Line*) medios BTL (*Below The Line*)
- 6.7** Mercadotecnia digital
- 6.7.1** Principios básicos alrededor de un sitio web

- 6.7.2 Diseño del Sales Funnel. CRO  
(Conversion Rate Optimization)
- 6.8 El *Community Manager* y el *Content Marketing Manager*
- 6.9 Redes sociales
- 6.10 Comercio electrónico
- 6.11 *Big Data* y los Indicadores de desempeño

**Módulo VII. Servicio al cliente**

- 7.1 Definición de atención y servicio al cliente y el conocimiento de este
- 7.2 *Marketing* de servicios, conceptos de atención y servicio al cliente
- 7.3 Elementos y acciones de estrategia de servicio al cliente
- 7.4 Los 10 decretos de la atención al cliente y 10 componentes del buen servicio
- 7.5 Pasos necesarios para implementar una verdadera cultura de servicio
- 7.6 Servicio posventa / experiencia del cliente
- 7.7 Medición, parámetros, análisis de resultados y sistema de medición de la satisfacción del cliente
- 7.8 Estrategias de lealtad
- 7.9 Servicio post-venta su Importancia

**Cierre. Conformación de cartera de valores y evaluación del desempeño**

**RESPONSABLE ACADÉMICO**

Mtro. José Refugio Hurtado Ramírez

**REQUISITOS**

- Llenar formato de registro
- Constancia de estudios o título
- Carta motivos
- CV con fotografía
- Pago

**INVERSIÓN**

Pago único	Pago diferido
\$20,175.00	\$21,870.00

Módulo	Horas	Parcialidades
1-2	64	\$5,832.00
3-4	64	\$5,832.00
5-6	64	\$5,832.00
7- cierre de diplomado	48	\$4,374.00
total	240	\$21,870.00

 Solicita la ficha de depósito para concretar el pago. Lo puedes realizar desde BBVA en ventanillas, practicas o la APP (pago de servicios).

