

Programa **presencial**

Dirección Comercial:

Acelerando las Ventas
del Negocio



Sé lo que el **mundo necesita.**

 **Universidad de
los Andes**
Colombia

**Executive
Education**
Facultad de Administración





Fortalece tu perfil comercial y lidera estrategias para mejorar los resultados

Acercas del curso

La dirección comercial requiere de competencias como la planeación, organización, dirección y evaluación de la gestión de ventas. Por ello, el director comercial de la actualidad debe ser más integral, y estar en la capacidad de conocer el mercado, identificar oportunidades y tomar decisiones adecuadas para aprovecharlas. Además, se precisa organizar la gestión comercial de manera coordinada y sinérgica apuntando a un objetivo común. Todo lo anterior implica que la dirección es el eje central, ya que en ella convergen la toma y ejecución de decisiones, el liderazgo del equipo hacia el logro de los objetivos, el fomento del trabajo con pasión y la evaluación. Esta última permitirá conocer si lo planeado y ejecutado ha producido los resultados esperados.

En línea con lo anterior, aspectos como la selección, desarrollo, dirección y compensación de la fuerza

comercial son de gran importancia dentro de la gestión de dirección estratégica comercial. Es esta fuerza la que se posiciona de frente y está en contacto con los clientes, de forma que se establezcan y mantengan relaciones de valor que generen ingresos para la empresa. Por esto, el director/a comercial debe ser analítico, estratégico, visualizador, líder, coach, mentor e identificador de oportunidades; es decir, debe hacer que las cosas pasen. Para esto, debe estar al tanto y usar las herramientas tecnológicas disponibles, y debe poder moverse entre lo virtual y lo presencial en los negocios.

Por ello, este curso se centrará en abordar estos aspectos clave de la dirección comercial para trabajar y fortalecer las habilidades directivas, de forma que se pueda aplicar lo aprendido en el entorno laboral para potenciarlo.

Objetivo general

- Entregar a los participantes herramientas de análisis, planeación, ejecución y control que les permita fortalecer su direccionamiento comercial con un enfoque centrado en el mercado y construcción de una propuesta de valor diferenciada para incrementar la rentabilidad del negocio.

Objetivos específicos

- Fortalecer la visión estratégica desde la óptica comercial.
- Comprender el sentido de las propuestas de valor y generarlas de una manera diferenciada y atractiva.
- Formular estrategias y tácticas acordes a las nuevas necesidades del mercado.
- Desarrollar modelos de venta con valor para la rentabilidad del negocio.

Además, tendrás la oportunidad de interactuar con profesionales de Colombia y Latinoamérica, que enriquecerá las conversaciones y experiencias durante el desarrollo de la formación.

Contenidos:

Módulo I: Conocimiento y análisis del mercado

- Conocimiento actualizado del mercado / herramientas tecnológicas
- Pensamiento estratégico
- Proceso estratégico comercial
- La dirección comercial: Enfoque estratégico
- El director comercial: Rol
- Diagnosticar la gestión comercial de la empresa en el mercado

Módulo II: Toma de decisiones

- Diseñar propuesta de valor
- Generar modelos de negocios
- Enfoque en el cliente
- Planeación comercial
- Establecimiento de objetivos y metas
- Formulación de estrategias y tácticas comerciales para desarrollar los clientes actuales y atraer nuevos clientes
- Medición del plan

Contenidos:

Módulo III: Organización

- Estructura organizacional del área comercial
- Tamaño y composición de la fuerza comercial

Módulo IV: Ejecución

- Dirección de la fuerza comercial
 - Definición de competencias
 - Atracción y selección de talento
 - Compensación
 - Medición de la productividad
 - Relacionamiento efectivo con el cliente
- Gerencia de territorios
- CRM / Gerencia de clientes
- Gerencia de cuentas clave
- Nuevo Funnel / embudo de ventas
- Venta B2B y B2C
- Venta con valor
- Multicanalidad y Omnicanalidad
- Ecommerce y uso de la tecnología en la venta
- Servicio al cliente

Contenidos:

Módulo V: Evaluación

- KPI's / Indicadores de gestión comercial
- Estado de resultados
- Rentabilización del negocio

Módulo VI: Habilidades gerenciales del director/a comercial

- Comunicación
- Negociación

Proyecto final

- Presentación del proyecto de dirección comercial desarrollado a través del curso

Curso complementario

Con el fin de fortalecer nuevos conocimientos, cada participante tendrá acceso al curso de "No dejes escapar las ventas: ¿Cómo lograr que tu cliente dé el Sí final?" de la plataforma BIQ, para que pueda desarrollarlo de manera asincrónica, durante la duración del programa. Este curso se certificará de manera adicional al programa de Dirección Comercial.



Dirigido a:

Gerentes, directores, jefes y coordinadores de ventas, marketing y áreas comerciales de empresas de todos los tamaños y sectores que busquen fortalecer sus conocimientos y habilidades en el frente comercial para mejorar sus resultados.

Metodología:

- Las sesiones contarán con una mezcla de magistralidad y practicidad permanente con el fin de tener una participación activa de los estudiantes en la que se compartirán situaciones particulares de su experiencia y planteamiento de posibles soluciones.

Cada participante realizará un proyecto propio de dirección comercial para la empresa en la cual trabaja. El proyecto se construirá a lo largo del curso y contará con una presentación al final de este.

Duración:

- **44 horas** (39 de sesiones y 5 de trabajo autónomo).

Certificado:

- Se otorgará un certificado de asistencia y aprobación a quienes participen en mínimo el 80% de las sesiones programadas y aprueben el trabajo integrador del programa.

Profesores

Gustavo King

MBA con énfasis en marketing de Central Oklahoma University, Oklahoma, Estados Unidos. Más de 20 años de experiencia como capacitador y consultor nacional e internacional en pequeñas, medianas y grandes empresas. Ha sido director de mercadeo en empresas nacionales y multinacionales. Actualmente, es gerente de G King Gerencia Efectiva, donde trabaja procesos de consultoría y/o desarrollo profesional. Amplia experiencia en la formulación de planes estratégicos de marketing, planes estratégicos comerciales, planeación estratégica corporativa, modelos de negocio y propuestas de valor, al igual que en marketing estratégico, gerenciamiento de clientes, KAM y gerencia de territorios.



Marcela León

Psicóloga, PhD en terapia Gestalt, Máster en comunicación no verbal y detección de la mentira, Especialista en Resolución de Conflictos y Maestría en E-learning, Máster Trainer en PNL. Experta en E-learning, Máster en Coaching ejecutivo y empresarial; certificada como trainer, speaker y coach en liderazgo, Certificada como Outdoor trainer, Formador de Instructores y como Docente del sistema de universidades empresariales.



Profesores

Juan Carlos Escobar

Administrador de Empresas con posgrado en Mercadeo de la Universidad de los Andes y Diplomado en Consultoría (CCB). 18 años de desarrollo personal en el Salas Sommer Institute, Certificado en DISC, Certificado en Kenexa Analytics (IBM), formado como Tutor en Cámara de Comercio de Bogotá. Actualmente, Managing Partner de Next to Clients, compañía con la cual ha prestado servicios a más de 70 clientes de diversos sectores y tamaños.



María Isabel Orduz

Consultora en negociación y equipos. Ha formado a más de 1.000 negociadores en Colombia. Desde 2009 es profesora de Executive Education y posgrado en la Universidad de los Andes para programas como: MBA, Maestría en Gerencia Ambiental (MGA), MBIT y en la Especialización en Negociación, donde ha coordinado el desarrollo académico del programa.

Cuenta con más de 15 años de experiencia en posiciones de Gerencia General, Ventas y Servicio al Cliente para empresas como Telefónica e Infonet Enterprise (Representante de British Telecom en Colombia).



Profesores

Daniel Rojas

Magíster en Administración (MBA) bilingüe, Especialización en Marketing de la Universidad de Los Andes y Administrador de Empresas, con +20 años de experiencia en Gerencia y Dirección de Mercadeo, tanto B2B como B2C de productos y servicios en Latinoamérica, así como en áreas Comerciales y Canales de Distribución. Orientado al desarrollo de estrategias efectivas de generación de demanda, administración de presupuestos y de la relación con agencias de medios y de publicidad. Vocero autorizado para medios de comunicación. Experiencia como Docente Universitario y Consultor Estratégico.





RANKING FT 2024

EDUCACIÓN EJECUTIVA PROGRAMAS ABIERTOS

No. **1** EN COLOMBIA

Top. **24** EN EL MUNDO

Valor programa: \$3.800.000 / 974 USD aprox.

*El valor en dólares es aproximado y depende la TRM del día y su moneda local.

Las fechas están sujetas a modificación. En el caso de algún cambio, se informará a las personas preinscritas a través de los medios suministrados en el momento de la inscripción.

Aplica descuento por pronto pago.

Universidad de los Andes
Facultad de Administración - Executive Education
Calle 21 No. 1-20. Edificio SD. Piso 9
Línea de Información: (601) 332 4144 Opción 3 y 1
Línea gratuita nacional: 018000 123 300
e-mail: executiveeducation@uniandes.edu.co
<http://administracion.uniandes.edu.co>