

# II DDA

INSTITUTO DE  
DESARROLLO ACADÉMICO

## Ejecutivo Comercial



## **PRESENTACIÓN**

La capacitación de Ejecutivo Comercial está diseñada para proporcionar a los estudiantes una formación integral que combina las técnicas de ventas más efectivas con habilidades de comunicación, atención al cliente, relaciones humanas y públicas, principios de negociación, programación neuro-lingüística y marketing digital. El programa incluye un enfoque teórico-conceptual, así como la aplicación práctica a través de casos reales y talleres interactivos.

Se exploran diferentes aspectos del proceso de venta, como la venta directa, la venta de servicios intangibles, sistemas de organización, manejo de objeciones y técnicas de cierre. Los estudiantes adquieren las habilidades necesarias para destacarse en su rol como Ejecutivos Comerciales y alcanzar el éxito en un entorno empresarial dinámico.

La capacitación proporciona una sólida base teórica y brinda la oportunidad de aplicar sus conocimientos en situaciones prácticas, lo que les permite desarrollar las competencias necesarias para sobresalir en el campo de las ventas y establecer relaciones sólidas con los clientes

## **OBJETIVOS**

- Dominar todas las técnicas y funciones esenciales del vendedor para lograr el éxito en las ventas.
- Planificar y ejecutar un plan de ventas efectivo, generando prospectos de manera proactiva.
- Conocer y aplicar estrategias de negociación que influyan en el comportamiento de las partes involucradas y conduzcan a acuerdos mutuamente beneficiosos.
- Adquirir habilidades en ventas directas, indirectas, intangibles, telefónicas y a través de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
- Estar preparado para trabajar tanto en un entorno laboral dependiente como para emprender proyectos comerciales propios.
- Capacidad para liderar y dirigir equipos de ventas, seleccionar vendedores y gestionar las actividades de venta.
- Dominar las herramientas básicas para desarrollar campañas de marketing digital en plataformas como Google y redes sociales.

## **MATERIALES DIDÁCTICOS**

Se contará con apoyo de soportes audiovisuales, así como los recursos y materiales brindados por la institución y los docentes.

## **SISTEMA DE ENSEÑANZA**

La carrera se desarrolla a través de clases online en formato modular y horario flexible que permite al estudiante insertarse en cada uno de los módulos individuales, debiendo completar la totalidad de los mismos para obtener la certificación final.

## **PÚBLICO OBJETIVO**

- Personas que deseen ingresar al campo laboral de la planificación comercial y promocional en el ámbito empresarial.
- Empresarios que necesiten herramientas para el desarrollo comercial de su emprendimiento.
- Profesionales, gerentes y trabajadores cuyas actividades requieran un conocimiento exhaustivo en esta disciplina.
- Emprendedores que busquen adquirir habilidades comerciales, ya sea para vender sus productos, realizar campañas de marketing digital o gestionar personal de manera eficiente.

## **PERFIL DEL EGRESADO**

- El Ejecutivo Comercial es una persona capacitada tanto en aspectos teóricos como prácticos para desempeñarse en diversos ámbitos profesionales.
- Posee habilidades en las áreas de ventas, marketing y comercialización.
- Es capaz de seleccionar, dirigir y gestionar equipos de ventas en cualquier contexto.
- Cuenta con conocimientos sólidos para diseñar planes estratégicos relacionados con diversas temáticas que engloban el campo de las ventas y la gestión comercial.

En resumen, el perfil del egresado destaca la capacidad del Ejecutivo Comercial para aplicar los conocimientos adquiridos en ventas, marketing y comercialización en entornos laborales variados. Además, resalta su capacidad de liderazgo y su habilidad para diseñar planes estratégicos que impulsan el éxito en las ventas.

## **CARGA HORARIA Y FRECUENCIA:**

- Lunes y miércoles: 10:00 a 12:00 hs. 08:00 a 10:00 hs
- Martes y jueves de 18:00 a 20:00 hs 20:00 a 22:00 hs

## **DURACIÓN: 66 HORAS**

Aprox. 4 meses

## **PROGRAMA**

### **MÓDULO 1: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

Objetivo: Desarrollar el conocimiento necesario para la planificación estratégica y la visión empresarial, aspectos fundamentales para la gestión eficiente tanto a nivel individual como organizacional. Al finalizar este módulo, los participantes estarán capacitados para pensar estratégicamente en su empresa o sector, tanto a nivel interno como en el contexto del mercado en el que se encuentran.

Duración: 10 horas

#### **TEMARIO:**

- ¿" Para qué" la Planificación Estratégica?
- Planificación estratégica en la era digital
- Etapa de Diagnóstico
- Identidad de las organizaciones
- Análisis FODA y su aplicación estratégica
- Misión, Visión y Valores como cimientos fundamentales
- Historia y cultura organizacional
- Grupos de Interés: herramienta de análisis político de las organizaciones
- Dimensiones de la estrategia – Alienación en el proceso de planificación estratégica
- Definición de objetivos de gestión
- Mapas estratégicos y estudio de sus dimensiones
- Construcción del Plan de Acción
- Estructura de Costos y elaboración presupuestal
- Desarrollo de capacidades organizacionales para la Gestión del cambio

## **MODULO 2: ATENCIÓN AL CLIENTE, VENTAS Y VENTA CORPORATIVA**

Objetivo: El alumno adquirirá un perfil comercial, incorporando las herramientas más eficaces y actualizadas para desenvolverse de forma exitosa en el área de ventas, neuroventas y venta telefónica.

A su vez será capaz de dominar técnicas de venta corporativa que le permitirán desenvolverse de forma integral en el campo de las ventas.

Duración: 22 HS

### **TEMARIO:**

#### **ATENCIÓN AL CLIENTE**

- Conceptos y primeras impresiones.
- Concepto de servicios. Características e importancia de los servicios.
- Qué son los clientes y su importancia para la empresa.
- ¿Por qué los clientes satisfechos son imprescindibles?
- ¿Porque se pierden los clientes?
- Servicio al cliente y servicio interno.
- Regla de oro de los servicios.
- Grandes enfoques sobre los clientes: Mktg transaccional y Mktg relacional.
- Calidad y Excelencia: concepto y definición.
- Qué desean los clientes de la atención.
- El manejo de las quejas en forma efectiva. Principales interacciones con el cliente.

#### **GESTIÓN Y TÉCNICAS DE VENTAS**

- Concepto de Ventas actual. Psicología de las ventas. Aprendizaje.
- Neuroventas
- Teoría de los 3 cerebros
- Motivaciones de compra del consumidor. Motivaciones de las compras emocionales.
- Las percepciones, el hábito, las actitudes y creencias. Los grupos de referencia.
- Las tipologías de cliente.
- Influencia y aplicación del PNL al área de Ventas
- La preparación para las ventas.
- Investigación: preguntas abiertas y cerradas.
- Venta Corporativa • Las técnicas de Venta.
- Técnica AIDA.
- Fases de la Negociación y la Venta
- La prospección y sus claves.
- Preparación de la entrevista o contacto.

- Concertación de la entrevista.
- Presentación y contacto.
- Detección de necesidades y expectativas.
- Argumentación y presentación de propuestas.
- Tratamiento de Objeciones.
- Cierres de venta y eventual post-venta.

### **MÓDULO 3: VENTA TELEFONICA O "TELEMARKETING"**

Objetivo: El alumno adquirirá las herramientas para desempeñarse de forma eficaz en la venta telefónica.

Duración: 6 HS

#### **TEMARIO:**

- Etapas de influencia en las ventas
- Proceso de la venta telefónica
- Etapas claves
- Escucha activa
- Cómo lograr que el cliente no corte en los primeros 10 segundos
- Frase de apertura
- Filtros
- Lenguaje del vendedor
- Formas de comunicación
- PNL aplicado a la venta telefónica
- Como calificar al cliente
- Palabras comunicantes

## **MÓDULO 4: EXCEL Y WORD**

Objetivo: Uso de Microsoft Excel para organizar, calcular y analizar datos económicos o estadísticos y Microsoft Word como herramienta de trabajo para la redacción de cartas comerciales, elaboración y presentación de informes.

Duración: 16 HS

### **TEMARIO:**

#### **PLANILLA DE CÁLCULO EXCEL Y SU APLICACIÓN EN LA ADMINISTRACIÓN**

- Funciones matemáticas: Suma - Máximo – Mínimo – Promedio – Contar.
- De texto: Concatenar
- Lógicas: SI
- Tablas dinámicas
- Gráficos

#### **WORD – PROCESADOR DE TEXTO**

- Descripción general
- Ingreso de texto
- Edición de texto
- Atributos de texto
- Formato Fuente
- Formato Párrafo
- Diseño y composición
- Estilos
- Bordes y Sombreado
- Bordes de página
- Uso de tablas
- SmartArt
- WordArt
- Ortografía y gramática
- Encabezados y pie de página
- Combinación de correspondencia
- Configuración de página e Impresión

## **MÓDULO 5: LIDERAZGO Y DIRECCIÓN**

Objetivo: Desarrollar un marco teórico-práctico sobre el liderazgo y las habilidades que se involucran, trabajo en equipo, supervisar equipos de venta y programación neuro-lingüística aplicada a la negociación.

Duración: 6 HS

### **TEMARIO**

- Definición
- Auto liderazgo como camino eficaz al liderazgo
- Inteligencia emocional
- La marca personal y el liderazgo
- Los siete hábitos de las personas más efectivas
- Clasificación de grupos
- Diferencias entre grupos y equipos
- Roles de los miembros de los equipos
- Sistemas de alto rendimiento
- Normas de equipo
- Reglas del trabajo en equipo
- Características de los equipos eficientes
- Errores en la conducción

### **DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO DE ALTO DESEMPEÑO**

- Patrick Lenzioni: Su modelo de las 5 disfunciones en equipos
- Ventajas y resistencias para el trabajo en equipo
- El rol del líder para formar un equipo de alto potencial
- Blake y Mouton: Su modelo de gestión basado en equipos altamente motivados
- Comportamientos que favorecen el trabajo en equipo
- Pautas comunicacionales que fomenten la motivación y cooperación      Manejo de conflictos

## **MÓDULO 6: RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL**

Objetivo: Brindar herramientas teóricas y prácticas para desarrollarse con eficiencia en el momento de seleccionar, capacitar y motivar equipos de venta. Se desarrollará el proceso de análisis y descripción de puestos de trabajo en la organización, así como la metodología para la elaboración del manual descriptivo de puestos. Además, se visualizarán los beneficios del mismo para la organización y se brindarán las herramientas necesarias para la búsqueda y selección del personal adecuado, aportando conocimientos sobre el desarrollo del proceso, las dificultades que puedan surgir y las diferentes posibilidades de resolución para las mismas.

Duración: 6 HS

### **TEMARIO**

- Selección de Vendedores
- Descripción del Cargo
- Perfil del Candidato
- Reclutamiento
- Evaluación de los Candidatos
- Habilidades y exigencias del rol de vendedor.
- Capacitación de Vendedores:
  - Inducción, Conocimiento del Producto,
  - Análisis de distintos Sistemas de Remuneración
  - Motivación de vendedores

### **CONTROL Y EVALUACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL**

- Vínculo gerente – dueño
- Informes de vendedores
- Control de la Planificación
- Evaluación cuantitativa y cualitativa

## **BENEFICIOS DEL ALUMNO Y EGRESADO**

### **DESCUENTOS PARA EGRESADOS Y FAMILIARES**

Promovemos la educación como valor fundamental, por eso ofrecemos descuentos a los familiares de nuestros estudiantes y egresados, para que tanto ellos como su entorno cercano puedan beneficiarse y enriquecerse con historias de éxito, experiencias y conocimiento.

### **TALLERES Y SEMINARIOS COMPLEMENTARIOS**

Creemos en el potencial ilimitado de las personas. Por ello, hemos diseñado talleres que contribuyen a mejorar la educación y el entendimiento, brindando a nuestros alumnos herramientas que potencien su rendimiento académico y complementen su formación



