



www.utdt.edu/educacionejecutiva

→ GEC

ESCUELA DE NEGOCIOS  EDUCACIÓN EJECUTIVA

GERENCIAMIENTO DE EQUIPOS COMERCIALES

DIRECTOR ACADÉMICO: SANTIAGO TITIEVSKY

PROGRAMA ABIERTO

MODALIDAD
part-time

DURACIÓN
2 ½ meses (cupos limitados)

CURSADA
lunes de 19 a 22h. 3 lunes con
cursada intensiva de 9 a 18h.
Sábados de 9 a 13h.

Vivimos en un entorno cambiante. Las nuevas tecnologías ofrecen al área comercial y de ventas nuevos recursos y canales de potencialidades incalculadas, pero también grandes y novedosos desafíos, fruto de los cambios en las expectativas y perfiles de los consumidores.

En escenarios como el actual, llegar a las metas de ventas requiere no solo de una estrategia comercial probada, sino también de una ejecución efectiva. La elaboración de pronósticos acertados, la adecuada definición de canales y el diseño afinado de perfiles para llenar esos canales es un primer gran capítulo del plan de ruta del gerente comercial o de ventas. El siguiente consiste en asegurar una ejecución rigurosa y efectiva de la estrategia planteada, pero para ello es imprescindible que los gerentes desarrollen sus competencias de liderazgo de equipos.

Por último, para lograr los resultados buscados, estos dos pilares (estrategia y ejecución) deben ser monitoreados a través de todas las herramientas y tecnologías disponibles para realizar un seguimiento permanente que nos alerte de los eventuales desvíos y nos permita corregirlos oportunamente.

PLAN DE ESTUDIOS*

MÓDULO 1 | Un viejo oficio en un nuevo mundo

- Cambios de paradigmas: de la lógica de la oferta a la de la demanda.
- Los pensamientos y valores humanos en las prácticas del consumidor.
- Cómo vender en la era de internet.
- Tipos de usuarios, sus características.
- Usos más frecuentes de la tecnología.
- El *e-commerce* y su evolución.
- Principales dificultades en el desarrollo.
- Productos / servicios en el *e-commerce*.

MÓDULO 2 | De la estrategia a la ejecución

- Definir mercados, metas, canales, dotación y productos.
- Definición de modelos de ventas.
- Diseño de la estructura adecuada atendiendo la eficiencia.
- Proceso de planificación y organización.
- *Forecast, pipeline* y análisis estadísticos.
- Definición de compensaciones, beneficios e incentivos.
- Manejo de la rotación.
- Fomentar la venta consultiva.

MÓDULO 3 | Desarrollo de equipos de alto rendimiento

- Reclutamiento de vendedores.
- Capacitación y desarrollo: el *blended* como alternativa.
- Desarrollo de las competencias comerciales.
- La creación de la atmósfera de ventas.
- Trabajo en equipo y motivación.

MÓDULO 4 | Herramientas para asegurar el resultado

- Definición de indicadores de gestión.
- El cuadro de mando: herramienta clave para el monitoreo.
- Ejecución: la gestión del seguimiento.
- *Coaching* como disciplina para la mejora de la productividad.
- Comunicaciones efectivas.

MÓDULO FINAL | Integración de contenidos

- *Outdoor* con ejercicios vivenciales sobre los contenidos tratados.

COACHING COMERCIAL

Luego de haber completado el programa en el aula y a partir del input que generaron las actividades de *feedback* y autoconocimiento, **el proceso contempla una reunión de seguimiento individual**. Cada participante podrá exponerle sus inquietudes, problemáticas y desafíos, lo cual será la materia prima para el éxito de dichos encuentros.

* La UTDT se reserva el derecho de modificar los módulos y sus contenidos.

LIC. MARISA LAURA TUÑAS

Gerente de Cuentas,
Dirección RR. HH.

“ Este programa es por demás efectivo en brindar herramientas para gerenciar equipos de alto rendimiento. Me permito destacar su diseño y abordaje teórico (de la estrategia a la ejecución), el anclaje en casos concretos, el enriquecimiento en la interacción con otros profesionales y, por supuesto, la calidez y el rigor académico de cada uno de los docentes. Es una experiencia que he capitalizado y recomiendo para quienes estén dispuestos a repensar vuestras organizaciones y repensarse en el hacer ”

METODOLOGÍA

El programa tiene un enfoque altamente práctico y participativo. Se utilizarán diferentes recursos como: ejercicios grupales e individuales, análisis de filmaciones de momentos de venta con cámaras ocultas, resolución de casos e intercambio de experiencias con invitados de varias empresas. Además, se creará una comunidad virtual.

AUDIENCIA

El programa se dirige a profesionales que ocupan puestos de mandos medios y gerenciales en áreas comerciales y de ventas.

CUERPO DE PROFESORES

Santiago Titievsky. Lic. en Administración de Empresas, UNLP. Posgrados de Marketing, Instituto de Altos Estudios Empresariales, y en Marketing Estratégico, UBA y diversos estudios de perfeccionamiento, como Gestión de Servicios (Universidad de Harvard). Director y socio fundador de la consultora ESAMA. Ha participado como docente en distintas universidades sobre la temática dictada en este programa.

Walter Wallach. Magister en Consultoría en Gestión Estratégica de las Organizaciones, Universidad Complutense de Madrid, y Lic. en Ciencias de la Educación, UBA. En el ámbito empresarial, es socio y director de ESAMA, donde lidera el diseño y la implementación de proyectos de consultoría para la mejora de resultados comerciales a partir del impacto en el desempeño de los equipos de trabajo. En el ámbito educativo, ejerció la docencia en distintas universidades.

Mariano Bergman. Lic. en Administración de Empresas, UBA. Realizó un Posgrado en Recursos Humanos y otro en Marketing, UP. Ocupó cargos gerenciales en el área de Recursos Humanos en Citibank y PSA Peugeot Citroën Argentina. En la UTDT, dirige los Programas de Desarrollo Gerencial y de Oratoria y Comunicaciones Eficaces y se desempeña como subdirector de Educación Ejecutiva. Premio “Mejor docente 2010” de la UTDT. Coach ontológico certificado por la Escuela de Rafael Echeverría (Newfield Consulting).

Ricardo Rodríguez. MBA, Instituto Tecnológico Autónomo de México. Editorial para Latino América en Cengage Learning. Contador Público, UBA, con Posgrados en IAE Business School y TUCK School of Business at Dartmouth. Consultor en estrategia e innovación y profesor de la Escuela de Negocios de la UTDT. Ocupó diversos cargos directivos en empresas, como Hewlett Packard y Lenovo. Autor de varios libros con temáticas de dirección y marketing.

INFORMES

(+54 11) 5169 7342/7355 | admisiones_negocios@utdt.edu

Sáenz Valiente 1010 [C1428BIJ], Buenos Aires, Argentina

www.utdt.edu/educacionejecutiva