utdt.edu/**educacionejecutiva**

MARKETING Y VENTAS

ESCUELA DE NEGOCIOS | EDUCACIÓN EJECUTIVA

Programa de Evolución en Ventas

Modelos innovadores que multiplican tu poder de impacto

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
SANTIAGO TITIEVSKY

PROGRAMA ABIERTO

DURACIÓN
DE 1 A 2 MESES

MODALIDAD
DE CURSADA
BLENDED

¿Querés ser un ejecutivo o asesor comercial que domine las mejores técnicas de ventas?

Venimos siendo protagonistas de un contexto económico y social donde experimentamos grandes cambios en las necesidades y los deseos de nuestros consumidores y usuarios, a la vez que suceden importantes innovaciones en productos, esquemas de ventas y canales comerciales, así como en el acceso a la información a través de sistemas, algoritmos, inteligencia artificial, big data, robótica, entre otros avances tecnológicos. Este ecosistema ha generado cambios concretos en los comportamientos de consumo y las maneras de comprar de nuestros consumidores, tanto B to C como B to B.

Este panorama, sumado a ciertos escenarios de crisis política, económica y social, ha generado un gran desafío para quienes se dedican a tareas de naturaleza comercial, forjando el carácter de quienes tienen que ganar su dinero con las ventas, al mismo tiempo que ha favorecido el descubrimiento de nuevas maneras de hacer negocio, con creatividad, metodologías nuevas y habilidades renovadas.

Este programa surge como respuesta a la demanda de cientos de líderes que requieren una formación de primer nivel para sus equipos, contemplando las prácticas más exitosas, las herramientas más modernas y las habilidades diferenciales de aquellos que logran resultados extraordinarios tanto en la venta masiva y más transaccional, como en la consultiva.

En este programa específico, los vendedores y asesores se sumergirán en un viaje transformador que les brindará las herramientas para ser verdaderos líderes y lograr ser reconocidos por los resultados que generan.

¡Te esperamos para vivir juntos esta experiencia!

UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA

Av. Figueroa Alcorta 7350 (C1428BCW)
Ciudad de Buenos Aires, Argentina

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1 | PROPÓSITO DEL ASESOR COMERCIAL. AUTOCONOCIMIENTO Y CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

Sesión 1 - Introducción al programa
- Cambios en el mercado, canales, productos y consumidores.
- La nueva era. Estructuras y Metodologías Ágiles aplicadas a las ventas.
- Elaborar mi propósito en la profesión de ventas.

Sesión 2 – La venta como consecuencia del proceso vincular
- La venta como consecuencia del proceso vincular. Confianza asesor-cliente.
- Test de autoconocimiento: indicador de tipo de personalidad. ¿Cómo soy?
- Estrategias para el apalancamiento de fortalezas y desarrollo de áreas de oportunidad en el vínculo asesor-cliente.

MÓDULO 2 | METODOLOGÍA AVANZADA DE VENTAS - *SALES INNOVATION*

Sesión 1
- Metodología de Ventas B2C (los 7 pasos de la venta).
- Metodología de Ventas B2B (Business to Business-Venta Consultiva).
- Metodología de venta para mercados recesivos o con dificultades (Venta por Provocación).

Sesión 2
- Acciones comerciales bajo el Modelo AIDA, entendiendo el comportamiento del cliente con la finalidad de descubrir lo que piensa, valora, necesita y desea.
  - Atención de los prospectos, efecto señuelo.
  - Interés en la propuesta.
  - Deseo, mostrando las ventajas de nuestra solución.
  - Acción de compra.
- Fases del proceso de venta.
- Optimización y mejora en la gestión de venta.
- Armado del termómetro predictivo de ventas.

Sesión 3
- Actividad práctica donde los participantes resolverán y debatirán dos casos presentados sobre modelos de ventas diferenciados: B to C y B to B.

MÓDULO 3 | UTILIZACIÓN DE CRM E INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTAS DE AUTOMATIZACIÓN COMERCIAL

- Importancia del CRM y la inteligencia artificial en la venta moderna.
- Mejora de la eficiencia y efectividad en el proceso de ventas.
- Cómo automatizar tareas rutinarias con las herramientas habituales.
- Utilización del CRM y armado de campañas.
- Prácticas de aplicación.
- Análisis de datos para la toma de decisiones: interpretación de métricas claves.

MÓDULO 4 | CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA PERSONAL. ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES

Sesión 1
- Definición e importancia de marca personal en las ventas.
- Autodiagnóstico.
- Claves de éxito para elegir redes sociales.
- Desarrollo de identidad visual y contenidos.
- Usos y costumbres recomendadas.

Sesión 2
- Ejercicio de aplicación sobre cada participante. Construcción de la estrategia de marca personal.
- Tips para el armado de contenido automatizado.
- Tácticas para crecer en audiencia.
- "Engagement", cómo conseguir sinergias con el resto de contactos.

MÓDULO 5 | PREPARACIÓN EMOCIONAL PARA EL ÉXITO DE VENTAS

Sesión 1 - Taller
- Principios mentales, estructura y funcionamiento del cerebro que se ponen en marcha durante el proceso de ventas.
- Pasos para conocer y conectar con el cliente. Manejo de la empatía.
- Cómo hackear la mente de mi cliente.
- Dominancia cerebral. Cómo son las personas según su dominancia cerebral. Cómo venderle al cliente con dominancia cerebral distinta.
- Detección de estilos.
- La pregunta en el proceso de la actividad comercial: kit de preguntas poderosas.
- Prácticas de aplicación.

Sesión 2
- Neuroventas.
- Cómo funciona la mente del vendedor de elite.
- El chipeo de la propia mente.
- Emociones universales y creencias individuales.
- Modelos para regular y favorecer emociones que sostengan estados de logro.
- Inteligencia emocional, la decodificación del mensaje por el consumidor.
- Gestión de las emociones a través de técnicas de la inteligencia emocional.
- Tips para gestionar el estrés y la frustración.

La UTDT se reserva el derecho de modificar los módulos, sus contenidos y los profesores, garantizando la calidad de los mismos.

MARKETING Y VENTAS

METODOLOGÍA

El programa presenta un enfoque práctico y lúdico que combina clases técnicas en modalidad online con clases presenciales en UTDT. Los participantes experimentarán el tratamiento de casos reales, la participación de vendedores estrella, el role playing, y dinámicas grupales e individuales. En todo momento, se estimulará el networking y el ida y vuelta con los profesores, desafiando a los alumnos a alcanzar una mejor versión de sí mismos.

AUDIENCIA

El programa es el único creado especialmente para aquellas personas ambiciosas e inquietas que tengan el propósito de ser elite en el manejo de las metodologías y habilidades de ventas. Es recomendado para personas que tengan objetivos de ventas, B2C o B2B, y para sus jefes.

CUERPO DE PROFESORES

Guido Ipszman. Director general de Salesforce en Chile y Perú, donde lidera la relación con los clientes, los partners y la comunidad. Director en Oracle. Anteriormente trabajó en empresas como SAP, Red Hat y EMC. Fue gerente general de Dell Technologies para Argentina, Uruguay y Paraguay. Es licenciado en Sistemas de la Universidad CAECE, posee un MBA del CEMA y realizó varios programas ejecutivos en Argentina (IAE) y en Wharton University. | **Juan Nesis**. Licenciado en Ciencias de la Atmósfera y exbecario CyT de la FCEN, UBA. Formó parte de la Dirección de Procesamiento de Información Meteorológica del Servicio Meteorológico Nacional y fue científico de Datos en la empresa de software Practia Global. Actualmente se desempeña como gerente de Datos en Carrefour Argentina y como docente de la UBA y UTDT. | **Vilma Vaccarini**. Coach internacional certificada por el ICC. Psicóloga social. Trainer en Programación Neurolingüística certificada por el Shotern Institute y The Society of Neurolinguitic Programing. Certificada en i4Neurolider por About my Brain Institute. Diplomada en la UBA y Asociación Educar en Neurosicoeducación. Certificada en Talent Agile y Coaching Agile. Directora académica de los programas Gestión de las Emociones, Liderazgo Emocional, Liderazgo y Gestión de Equipos y Orientación a Resultados en UTDT. Consultora independiente. Autora de *Conversaciones Difíciles* y *Liderando Gente Agremiada* de la Colección Herramientas para Líderes del Siglo XXI (Editorial Temas). | **Juan Marenco**. Licenciado en Sistemas, Universidad CAECE, y periodista por el Instituto Grafotécnico. Desde 2017 dirige Be Influencers, donde trabaja para clientes como Disney, Nike, Danone, Jhonson & Jhonson, Clorox, Bayer, Netflix, Colgate, entre otros. | **Santiago Titievsky**. Lic. en Administración de Empresas, UNLP, con posgrado en Marketing (IAE) y estudios de especialización en Negocios y Servicios (IAE, IESE, Harvard), Psicología de la Venta y Modelos de Negocios. Referente y experto en ventas y experiencia del cliente en organizaciones de primer nivel de LATAM. Consultor y speaker internacional. Es director académico del programa Gerenciamiento de Equipos, profesor del PDG y de las Maestrías de la Escuela de Negocios UTDT. Desarrolló e implementó modelos de gestión comercial y programas de ventas y cobranzas en BCP, Mibanco, Banco Cencosud, Latam, Coca Cola Femsa y Danone, entre otros. | **Diego Furlani**. Coach organizacional y consultor especializado en procesos de desarrollo de equipos ejecutivos, con más de 25 años de experiencia en el área de Recursos Humanos y Gestión del Talento. Ha diseñado y dictado programas de Formación y Gestión del Talento, Capacitación y Desarrollo para reconocidas empresas en diferentes países. Es Terapeuta Gestáltico, certificado por el CGSI de CABA. Formado en el modelo de Autoasistencia Psicológica y en Terapias de Avanzada para el uso de EMDR, EFT y técnicas derivadas. Cursó un posgrado de Teoría y Técnica de Psicoterapias Psicoanalíticas en el Centro de Estudios en Psicoterapias. Es consultor independiente, profesor y coach del Programa de Desarrollo de la Inteligencia Emocional y profesor del Programa de Neuroliderazgo de la UTDT. Fundador y director de Equinsight.

DC | 2024

Informes

(+54 911) 3919 0747
(+54 11) 5169 7342
admisiones_negocios@utdt.edu