

Contenido

Diplomado de Ventas



MÓDULO		TEMARIO	DURACIÓN
1	EL MUNDO Y SU TRANSFORMACIÓN DIGITAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿QUÉ ES LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL? 2. LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL MUNDO 3. ¿QUÉ ESTÁ SUCEDIENDO EN ESTA TRANSFORMACIÓN DIGITAL? 4. INTELIGENCIA ARTIFICIAL ¿CÓMO ESTÁ IMPACTANDO A LA VENTA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL? 5. ¿QUÉ OPORTUNIDADES SE PRESENTAN PARA MÍ? 6. ¿QUÉ DEBO HACER ANTE ESTA TRANSFORMACIÓN DIGITAL? 	11 hrs
2	TIPOS DE VENTA Y CANALES	<ol style="list-style-type: none"> 1. VENTA DE PRODUCTOS DE CONSUMO 2. VENTA DE SERVICIOS 3. NUEVOS CANALES DE VENTA (REDES SOCIALES) 4. VENTA EN LÍNEA, COMERCIO ELECTRÓNICO 5. PUNTOS DE VENTA 6. VENTAS POR CAMBACEO 7. VENTAS POR TELÉFONO 8. CORREDORES/FERIAS COMERCIALES. 	11 hrs
3	LOS CLIENTES	<ol style="list-style-type: none"> 1. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CONDUCTA DEL CLIENTE 2. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA COMPRA DEL CLIENTE 3. RIESGOS DE CIBERSEGURIDAD EN CLIENTES DIGITALES Y NO DIGITALES 4. EXPLORACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE 5. EVIDENCIA DE APRENDIZAJE 6. ORIENTACIÓN HACIA EL CLIENTE 	13 hrs
4	EL VENDEDOR	<ol style="list-style-type: none"> 1. EL VENDEDOR REQUERIDO DEBE SER UN PROFESIONAL. 2. PERSONALIDAD Y APARIENCIA DEL VENDEDOR. 3. PERFIL DEL VENDEDOR: ACTITUDES, CONOCIMIENTOS, CUALIDADES, HABILIDADES Y FUNCIONES DEL VENDEDOR. 4. EL VENDEDOR CREATIVO Y SUS OBJETIVOS. 5. MOTIVACIÓN INTRÍNSECA Y EXTRÍNSECA. 6. LA RESILIENCIA DEL VENDEDOR. 	10 hrs
5	EJECUCIÓN Y NEGOCIACIÓN DE LA VENTA	<ol style="list-style-type: none"> 1. FÓRMULA AIDA (ATENCIÓN, INTERÉS, DESEO, ACCIÓN) 2. LA NEGOCIACIÓN 3. USO DEL BIG DATA PARA LA ESTRATEGIA DE VENTA DE ACUERDO AL CANAL 4. PROCESO DE VENTA, USO DE CRM Y OTRAS TECNOLOGÍAS 	34 hrs
6	INDICADORES DE VENTA	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿QUÉ SON LOS INDICADORES (KPI'S)? 2. MINERÍA DE DATOS ¿CÓMO CREAR UN REPORTE DE VENTAS? 3. COMUNICACIÓN DE INDICADORES AL EQUIPO DE VENTA 	11 hrs