



PROGRAMA GERENCIAL DE VENTAS

“Herramientas y habilidades para maximizar resultados comerciales”

OBJETIVOS DEL PROGRAMA

El área de ventas es una de las áreas más importantes de la empresa, no solo por ser la que representa la fuente de ingresos, sino también por ser el canal de comunicación directo con los clientes y todo el mercado. Para enfrentar los distintos desafíos del área se requiere un líder estratega, que tome decisiones adecuadas, que sepa influir, comprometer e impulsar a su equipo de ventas hacia el logro de resultados óptimos.

Los participantes experimentarán un proceso completo de entrenamiento en el que se compartirán metodologías, nuevas prácticas, experiencias de éxito y herramientas (estrategias y tácticas) que permitirán potenciar el rol de un líder en el área de ventas.

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Directores de empresas, Gerentes comerciales y de ventas, Jefes comerciales y de ventas, Supervisores de ventas y todo aquel que quiera aprender herramientas prácticas y comprobadas para lograr maximizar los resultados de su equipo comercial.

DURACIÓN

36 horas reloj.

CONTENIDOS POR MÓDULO

MÓDULO 1: LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL DE 360° PARA EQUIPOS COMERCIALES

OBJETIVOS DEL MÓDULO

Docente: Pablo Velásquez

El participante desarrollará a través de nuevas tendencias, experiencias de éxito y herramientas; habilidades de liderazgo que le permitan influir positivamente en un entorno de 360°, con el fin de maximizar los resultados del equipo comercial.

A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO

Directores de empresas, Gerentes comerciales y de ventas, Jefes comerciales y de ventas, Supervisores de ventas y todo aquel que quiera aprender herramientas prácticas y comprobadas para lograr maximizar los resultados de su equipo comercial.

CONTENIDO

- Habilidades y competencias de un líder.
- Enfoques de liderazgo en equipos comerciales: transformacional y transaccional
- Características principales de un liderazgo transformacional ¿Por qué es tan importante aplicarlo en equipos comerciales?
- Millennials y Centennials, el 65 % de la fuerza laboral actual.
- Las 5 prácticas para LIDERAR EQUIPOS COMERCIALES
- Modelar el Camino



- Poniendo en claro los valores (comportamientos esperados) y alineando las acciones del equipo con los valores compartidos.
- Auto-diagnóstico de competencias: La rueda del liderazgo
- Liderando con el ejemplo
- Inspirar a un entorno de 360° hacia metas comunes
 - Potenciando la visión de futuro e integrando a los demás, apelando a las aspiraciones compartidas.
 - Entendiendo el poder trabajar con metas “realmente compartidas” generar mejor resultados.
 - Equipos comerciales de alto rendimiento ¿Cómo se consolidan?
 - Determinando patrones de comportamiento de los miembros del equipo y como cada estilo de liderazgo influye en ellos.
 - ¿Cómo potenciar la interrelación del equipo entendiendo sus estructuras de personalidad?
- Desafiar el proceso
 - Iniciativa e innovación, la esencia de un gran líder.
 - Experimentar y asumir riesgos para conseguir nuevos logros y aprender de la experiencia.
 - Cuestionando paradigmas.
- Habilitar a los colaboradores para que actúen
 - Fomentar la colaboración desarrollando confianza y facilitando las relaciones.
 - Fortalecer a los colaboradores aumentando su capacidad para tomar decisiones y desarrollando sus capacidades a través del EMPODERAMIENTO.
 - ¿Cómo evoluciona una cultura hacia el EMPODERAMIENTO?
 - El triángulo del EMPODERAMIENTO.

- Barreras que impiden construir una cultura de EMPODERAMIENTO.
- Los “rituales” como principal componente para potenciar una cultura hacia el logro de resultados.
- Fundamento científico de la importancia de los rituales dentro de una organización.
- ¿Cómo activar rituales de EMPODERAMIENTO?
- Alentar el corazón ¿Cómo motivar al equipo comercial a que se comprometa con los resultados deseados?

MÓDULO 2: HERRAMIENTAS PARA LIDERAR UN EQUIPO COMERCIAL

Docente: Pablo Hurtado

OBJETIVOS DEL MÓDULO

Brindar herramientas para gestionar equipos comerciales de alto rendimiento.

Proporcionar pautas para la implementación de indicadores que permitan medir el desempeño individual y del equipo adecuadamente.

Aprender las diferentes maneras de recompensar a la fuerza de ventas, estimulando de la mejor manera el logro de resultados, a través de la correcta elaboración de sistemas de comisiones.

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Directores de empresas, Gerentes comerciales y de ventas, Jefes comerciales y de ventas, Supervisores de ventas y todo aquel que quiera aprender herramientas prácticas y comprobadas para lograr maximizar los resultados de su equipo comercial.

CONTENIDO

- COMPETENCIAS QUE DEFINEN A UN EQUIPO COMERCIAL EXITOSO
 - ¿Qué hace a un BUEN vendedor?
 - Fortalezas y debilidades, ¿Cuál es el perfil de un BUEN vendedor?



- ¿Cómo seleccionar a un BUEN VENDEDOR a través de una entrevista?
- Actitud del vendedor
- DESARROLLANDO LA ESTRATEGIA PARA EL EQUIPO COMERCIAL
 - Sentando las bases para lograr la consolidación de una estrategia sólida en el área
 - Planificación ¿Qué hacer y que no?
 - Definiendo objetivos “alcanzables” - buscando un norte claro
 - La importancia de definir objetivos individuales y de equipo
 - Indicadores, ¿Cuáles son los más importantes a tomar en cuenta?
- LA GESTIÓN
 - Poniendo las cosas claras - Herramientas de seguimiento al cumplimiento de objetivos ¿Cómo definirlas y manejarlas?
 - La importancia de la retroalimentación sobre el desempeño a los vendedores, pasos “clave” a seguir
 - La generación de utilidad ¿Cómo cuidarla?
 - Cierres de venta, venta cruzada y re-compra
- RECOMPENSAS: ELABORANDO ESQUEMAS PARA PREMIAR EL ESFUERZO
 - ¿Cómo mantener motivada a la fuerza de ventas?
 - Herramientas de PNL para la comunicación y el liderazgo positivo
 - ¿Cómo recompensar un buen “performance”?
 - Elaboración de sistemas de comisiones, algunos secretos.
 - Salario y comisión emocional.

MÓDULO 3: ENTRENAMIENTO DE EQUIPOS COMERCIALES

Docente: Pablo Hurtado

OBJETIVOS DEL MÓDULO

El participante aprenderá a entrenar a la fuerza comercial para lograr extraer la mejor versión del equipo con el fin de maximizar sus resultados. El taller busca brindar herramientas para identificar, desarrollar y fortalecer las competencias de los integrantes del equipo de ventas para analizar adecuadamente las necesidades del cliente, lograr un cierre efectivo y poner cara al miedo del RECHAZO y del NO.

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Directores de empresas, Gerentes comerciales y de ventas, Jefes comerciales y de ventas, Supervisores de ventas y todo aquel que quiera aprender herramientas prácticas y comprobadas para lograr maximizar los resultados de su equipo comercial.

CONTENIDO

- ENTRENANDO A LA FUERZA DE VENTAS EN COMO EXPLORAR EL ENTORNO
 - Saber identificar mercado y clientes, exploración de necesidades
 - No perder de vista a la competencia
 - Fortalecer debilidades
 - Planificar el ataque
 - Los primeros segundos en las ventas
- CONSEJOS PARA REPLICAR EN TU EQUIPO COMERCIAL: GENERACIÓN DE SINTONÍA (APLICANDO PNL)
 - Descripción de los tipos de lenguaje y su importancia
 - El modelo Iceberg en ventas
 - El rapport: cuando se da y cómo crearlo
 - Clasificación de clientes según su sistema representacional dominante; detectar este sistema a través de la PNL
 - Como venderle a los diferentes tipos de clientes
 - Las palabras que generan acción y las que no
 - Como influir de manera positiva en los demás, reglas de oro



- Primer contacto; cómo hacer que los clientes se sientan cómodos desde el “hola” y causar una buena primera imagen
- ¿CÓMO DIRECCIONAR EL CORRECTO ANÁLISIS DE NECESIDADES Y PRESENTACIÓN DE PRODUCTO/SERVICIO?
 - ¿Qué odian los clientes?
 - Cualidades a entrenar para lograr el análisis de necesidades: Escuchar, Identificar, Enseñar/Argumentar.
 - Clasificación de productos: buenos y malos
 - ¿Qué preguntas debemos hacer a nuestros clientes?
 - Preguntas cerradas y abiertas
 - La Escucha Activa, como lograrla
 - Requisitos para conseguir la Escucha Activa
 - La Escucha Empática, el último nivel de Escucha
 - ¿Cómo demostramos empatía?
 - Diferencias entre empatizar y estar de acuerdo
 - Reconociendo los sentimientos de los demás
- PREPARANDO AL EQUIPO PARA LO MÁS IMPORTANTE: MANEJO DE OBJECIONES Y CONSOLIDACIÓN DE LA VENTA
 - ¿Qué es una objeción?
 - La venta comienza con el primer NO
 - Pasos para vencer las objeciones
 - Admisión de la objeción
 - Profundización de la objeción
 - La respuesta positiva a la objeción
 - Retroalimentación a la respuesta positiva
 - Principales objeciones y como tratarlas
 - La objeción precio y su tratamiento
 - Argumentos racionales y emocionales
- TÉCNICAS DE CIERRE
 - Reconocer cuando el cliente está listo para comprar
 - El cierre de prueba

- Preguntas y lenguaje enfocado al cierre
- Diferentes técnicas de cierre

MÓDULO 4: GESTIONANDO LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES

Docente: Pablo Velásquez

OBJETIVOS DEL MÓDULO

Proporcionar a los participantes herramientas y metodologías para re-enfocar/potenciar la “experiencia del cliente” que proporciona su equipo comercial

Reconocer aquellas áreas/situaciones donde se generan los abismos entre la experiencia que provee actualmente su equipo comercial y lo que los clientes verdaderamente esperan.

Definir un ROADMAP para el equipo comercial orientado a consolidar una estrategia y cultura enfocada en la experiencia del cliente.

Apoyar en la construcción de una cultura que permita desarrollar en el equipo comercial un fuerte compromiso con las necesidades de los clientes.

CONTENIDO

- ¿En qué consiste la “experiencia del Cliente”?
- El “lazo de la experiencia”.
- Cadena de valor de la experiencia del cliente.
- Análisis de la experiencia de un cliente, caso práctico para entender lo que implica una estrategia y cultura enfocada en la “Experiencia del Cliente”.
- Los elementos que crean la experiencia.
- Experiencia del cliente como estrategia de diferenciación.
- ¿Cómo construir una estrategia y cultura enfocada en la “experiencia del cliente” en 3 pasos?
- Comprender la Experiencia del Cliente
 - Barreras para la comprensión del cliente.
 - Visión inside out/outside in
 - ¿Qué hacemos para entender mejor y potenciar la experiencia de nuestros clientes?



- Diagnóstico: Identificando y aniquilando “reglas estúpidas” que actualmente destruyen la experiencia del cliente en su organización.
- Transformar la Experiencia del Cliente
 - ¿Cómo generar CONFORT para el cliente?
 - Reconocer donde se generan los abismos entre lo que se provee y lo que los clientes esperan. ¿Qué hacer para evitar su recurrencia y hacer la diferencia?
 - ¿Cómo potenciar la “auto-gestión” de la experiencia?
 - Momentos de verdad ¿Cómo trabajar con ellos?
 - Puntos predecibles en la “experiencia”, donde la ejecución debe ser impecable y no puede fallar ¿Cómo identificarlos?
- Potenciar nuestra Cultura de Trabajo
 - ¿Cómo lograr que su organización se enfoque en los clientes?
 - La “experiencia del colaborador”.
 - Pasos para desarrollar un ambiente de trabajo en equipo, empoderamiento y colaboración para mejorar el desempeño y potenciar la “experiencia del cliente”.

INSTRUCTORES

Pablo A. Velásquez Servia

Licenciado en Administración de Empresas, cuenta con una Maestría en Dirección de Marketing y diplomados en Marketing Estratégico, Gestión de Marketing y Aplicaciones de Marketing de la Unidad de Postgrado de la UAGRM. Ha sido certificado como **Customer Experience Management Expert** por IZO (España) y por el Service Quality Institute en México D.F como **entrenador para el desarrollo de una cultura enfocada en la experiencia del cliente**. Es **COACH certificado** bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Practitioner en PNL (Programación Neuro-lingüística) certificado por la Universidad

de California - EEUU. Entrenador certificado en la metodología LEGO SERIOUS PLAY® por Rasmussen Consulting en Buenos Aires, Argentina.

Consultor Senior especialista en desarrollo organizacional; COACH en liderazgo, experiencia del cliente e innovación. Actualmente se encuentra liderando el proceso de implementación de un “Programa de desarrollo de habilidades de LIDERAZGO” para sus clientes FINO (GRUPO ALICORP), TIGO, IMCRUZ (GRUPO DERCO), YPFB ANDINA y GRUPO GEO; llegando a trabajar aproximadamente con un total de 385 líderes. De igual manera, se encuentra vinculado a procesos orientados a potenciar una “Cultura enfocada en la EXPERIENCIA DEL CLIENTE” en empresas como TIGO, BANCO BISA, IMCRUZ, GLADYMAR, ITACAMBA, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, MAINTER, BANCO ECONÓMICO y COTAS. Ha estado involucrado en distintos programas de cambio cultural en distintas organizaciones, como: BANCO GANADERO, INDUSTRIAS FERROTODOL, YFB REFINACIÓN, SOBOCE, RANSA BOLIVIA y HOTEL CORTEZ.

Ha sido encargado de desarrollar distintos programas orientados a generar cambios culturales donde principalmente destacan: Programa de desarrollo de habilidades de liderazgo, Programa para el desarrollo de una estrategia y cultura enfocada en la EXPERIENCIA DEL CLIENTE, Programa de gestión de la Innovación; el primero ha sido premiado el año 2014 como MEJOR PRÁCTICA DE GESTIÓN HUMANA EN BOLIVIA por la ASOBOGH (Asociación Boliviana de Gestión Humana).

Conferencista y facilitador con más de 8 años de experiencia en temas relacionados a liderazgo, experiencia del cliente e innovación; habiendo capacitado hasta la fecha a más de 11.500 personas en empresas como, SOBOCE, TIGO (MILICOM), REPSOL, YPFB CHACO, BANCO BISA, TOTAL, EMBOL (COCA COLA), UPSA, ENTEL, YPFB TRANSPORTE, CAINCO, PETROBRAS, FINO (ALICORP), YPFB REFINACIÓN, IMCRUZ (GRUPO



DERCO), BANCO UNIÓN, GLADYMAR, ADUANA NACIONAL, RANSA BOLIVIA (GRUPO ROMERO), BANCO GANADERO, NIBOL, SAMSUNG, LA BOLIVIANA CIACRUZ, BANCO FASSIL, MAINTER, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, PETREX, BANCO ECONÓMICO, FINI LAGER, CITSA, ALIANZA SEGUROS, INDUSTRIAS FERROTOD, TECNOPOR, FAMOSA, GRUPO GEO, FORTALEZA SEGUROS, BATEBOL, SAGUAPAC, COTAS, PROMEDICAL, UDI, ITACAMBA, IGA, AGRIPAC, WET CHEMICAL, TECORP, INESCO y otras.

Actualmente es director general de TALENTUM, su propia consultora, orientada al desarrollo organizacional.

Pablo A. Hurtado

Licenciado en Comunicación para el Desarrollo, cuenta con una Maestría en Administración de Empresas de la Escuela Europea de Negocios y una Especialidad en Dirección de Negocios de Retail de la Universidad Austral de Argentina.

Con más de 15 años en ventas en diferentes cargos, hoy es Gerente Nacional de Audi para Bolivia donde está a cargo de las Estrategias anuales de ventas Nacionales y Regionales, por segmento y producto; Planes con indicadores financieros, presupuestos, plan de marketing, inversiones, infraestructura y recursos humanos. Negociación con proveedores y dealers; Selección e inducción de personal y Análisis de Mercado para toma de decisiones.

Como formación complementaria, ha participado del Programa de Liderazgo para la competitividad Global, FUNBOLIDER y la Universidad de Georgetown, Programa para Lograr el Éxito en Gerencia de Ventas del INCAE y Especialización en Ventas Personalizadas del Audi Training Program. Ha liderado diferentes equipos comerciales enfocándose siempre en la capacitación de los mismos para lograr un Alto Rendimiento y es un Formador Certificado por el CENACE-UPSA.