

# Asesor Comercial



## CIDEP

Centro Integral de  
Educación Profesional

La capacitación de Asesor Comercial que ofrece CIDEP, procura brindar al estudiante una formación que combine las principales y más efectivas técnicas de ventas, la comunicación, atención al cliente, relaciones humanas y públicas, principios de negociación y de marketing digital. Incluyendo un marco teórico conceptual, casos prácticos y work shop. En este vasto escenario se estudia la venta directa, la venta de intangibles, sistemas de organización, manejo de objeciones y cierres.

## Objetivos.

- ❖ Este curso le permitirá al alumno dominar todas las técnicas y funciones del vendedor que se han identificado como esenciales la concreción del propósito: vender.
- ❖ Será capaz planear y ejecutar un plan de ventas, consiguiendo sus propios “prospectos”
- ❖ Conocerá las principales estrategias de negociación dentro del proceso de comunicación que tiene por finalidad influir en el comportamiento de los demás y donde ambas partes lleguen a un acuerdo (favorable a los intereses mutuos).
- ❖ Estará formado para ser un profesional en ventas directas, indirectas, intangibles, telefónicas y a través de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación).
- ❖ El egresado del curso podrá desempeñarse tanto en un sistema de dependencia laboral, como para liderar su propio emprendimiento comercial.

## Materiales Didácticos.

Se contará con repartidos especialmente desarrollado para la carrera, 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 virtuales en vivo 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.

- ❖ Dirigido a personas que deseen introducirse en el mundo laboral de la planificación comercial y promocional en el ámbito empresarial.
- ❖ Empresarios que requieran herramientas para el desarrollo comercial de su emprendimiento.
- ❖ Profesionales, gerentes y trabajadores que el desarrollo de sus actividades demanda un conocimiento exhaustivo de esta disciplina.

### Perfil del Egresado.

El Asesor Comercial es una persona capacitada, teórica y prácticamente para ejercer la profesión en los diferentes ámbitos. Trabaja en las áreas de ventas, marketing y comercialización. Es capaz de desarrollar su labor en forma comprometida moralmente a través de la aplicación del conocimiento de esta profesión, así como tiene conocimientos suficientes para diseñar planes estratégicos, referidos a diversas temáticas que componen el quehacer de las ventas.

### Aprobación y Asistencia.

El alumno deberá tener el 75 % de asistencia.  
Para aprobar la capacitación el alumno deberá obtener el 70% del puntaje total en cada una de las pruebas modulares.

### Carga horaria y Frecuencia.

Dos veces por semana de dos horas cada clase. Total de 64 horas

### Duración.

4 meses

**MÓDULO 1 - [ATENCIÓN AL CLIENTE, VENTAS Y VENTA TELEFÓNICA]****Duración – 20 hs.****Objetivo.**

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

**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.
- Conocer al Cliente: Necesidades Lógicas y Necesidades Emocionales. Factores claves en las expectativas del cliente.
- Las 10 reglas para lograr la excelencia en Atención al Cliente. Los 7 pecados capitales del Servicio.
- Los momentos de verdad en la atención a los clientes.
- La importancia de la actitud y cómo desarrollar una actitud positiva. Las habilidades de comunicación: sintonía con el cliente, saber escuchar y preguntar.
- El manejo de las quejas en forma efectiva. Principales interacciones con el cliente.

**GESTION Y TECNICAS DE VENTA**

- Concepto de Ventas actual.
- Psicología de las ventas. Aprendizaje.
- 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.
- 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.

### VENTA TELEFONICA O "TELEMARKETING"

- 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 2 - [ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.]****Duración - 12 hs.****Objetivo.**

El alumno adquirirá los conocimientos para llevar adelante la organización de diferentes eventos: cóctel, desayunos y almuerzos de trabajo, comidas de gala, visitas guiadas, eventos para la prensa

**Temario.**

- Evolución de los eventos en el tiempo.
- Perfil del organizador de eventos.
- Etapas en la organización de eventos.
- Clasificación de los eventos.
- Definición de distintos tipos de eventos.
- La organización del evento
- La mesa como instrumento de negociación y comunicación.

## MÓDULO 3 - [MARKETING OPERATIVO]

Duración – 18 hs.

### Objetivo.

El alumno será capaz de realizar un análisis del consumidor, reconocer el concepto de marca, branding, identidad corporativa e imagen corporativa. Interiorizará el modelo de las 4P (Producto, Precio, Promoción y Plaza) el cual le será esencial para realizar cualquier plan de marketing.

### Temario.

#### EL CONSUMIDOR

- Necesidad / Deseo / Demanda
- ¿Qué es la comercialización? – Concepto de comercialización
- Funciones de la comercialización
- La marca – Concepto de marca
- La identidad corporativa y la imagen corporativa
- Claves para conseguir el éxito sostenido de la marca
- La marca del distribuidor
- Variables básicas del marketing
- Utilidad del marketing
- Áreas de actividad que componen la gestión de marketing
- Determinantes del marketing

#### MARKETING MIX

- El modelo de las 4 P
- Los últimos veinticinco años de marketing
- Marketing de servicios
- Productos versus servicios
- Marketing industrial
- Análisis FODA
- Evolución y futuro del marketing

#### PRODUCTO

- Concepto de producto
- Atributos del producto
- Ciclo de vida del producto
- Fase de lanzamiento o introducción
- Fase de turbulencias

- Fase de crecimiento
- Fase de madurez
- Fase de declive
- Conclusiones sobre las fases
- Extensión del ciclo de vida del producto
- Análisis de la cartera de productos
- Jefe de producto

## PRECIO

- Política de precios
- Estrategia de precios
- Consideraciones a realizar antes de la fijación de precios

## PROMOCION Y PUBLICIDAD

- Comunicación
- Publicidad
- Medios de comunicación
- Estrategias publicitarias
- La importancia de la publicidad
- Realización de una campaña
- Fijación de objetivos
- Realización del briefing
- Los medios
- Televisión
- Prensa
- Internet
- Radio

## PLAZA, MERCADO Y DISTRIBUCION

- El mercado en el marketing
- División del mercado
- Mercados de bienes de consumo
- Mercados de bienes industriales
- Mercados de servicios
- Relación entre la oferta y demanda
- El cliente
- Tipos de clientes



## MÓDULO 4 - [MARKETING DIGITAL]

Duración - 14 hs.

### Objetivo.

El alumno será capaz de realizar un análisis, planificación y ejecución de campañas digitales, manejando todas las redes sociales, así como ecommerce, landing pages, sitios web, etc.

### Temario.

#### COMUNICACIÓN E INTERNET

- Publicidad
- Branding
- Definición de marca
- Concepto de marca
- Posicionamiento

#### INTERNET Y LAS PERSONAS (EL CONSUMIDOR INTERNAUTA)

- Mercado Online
- Tendencias de comunicación
- Las ventas en Internet
- Embudo de conversión
- Estrategias de captación
- Fidelización de clientes

#### INTERNET Y LAS EMPRESAS

- Redes sociales
  - Facebook
  - Google +
  - Twitter
  - Instagram
  - Youtube

#### PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA

- Objetivos
- Planificación de medios
  - ROI
  - Presupuestos
- Ejecución
- Analítica y seguimiento
  - Google Analytics
  - Facebook Insights

## Beneficios del alumno egresado.

### Programa de Inserción Laboral

Entendiendo nuestra responsabilidad para lograr mejores oportunidades a nuestros alumnos y egresados, hemos desarrollado una plataforma de trabajo para que todos los alumnos y egresados puedan obtener oportunidades laborales.

Cada año son más las empresas que se asocian a este programa que pretende no solo acercar oportunidades, sino que también, encaminar a nuestros alumnos al éxito personal y profesional de cada individuo.

Por más información: [www.CIDEP.uy](http://www.CIDEP.uy)

### Prácticas formativas en empresas

CIDEP premia a aquellos alumnos que obtienen buenas calificaciones y demuestran gran interés durante el curso, brindándole la posibilidad de realizar prácticas formativas en empresas, siguiendo la ley 19133, para que los alumnos puedan poner en práctica los conocimientos adquiridos y tener la posibilidad de quedar como efectivos en caso de que la empresa lo solicite

### Talleres y seminarios de HABILIDADES BLANDAS

CIDEP ofrece educación híbrida. Por un lado, nos enfocamos en el área académica con carreras y capacitaciones empresariales de alto nivel y por otro lado nos enfocamos en las habilidades blandas.

Las empresas requieren talento, más allá de títulos, gente con competencias específicas y actitudes claves.

Esta serie de seminarios paralelos a su formación, se enfocan en el SER con el objetivo de brindar herramientas que ayuden a la autorrealización y la prosperidad de cada uno de nuestros alumnos

### Descuentos para egresados y familiares

Tenemos como objetivo promover la educación, y es por ello que ofrecemos a los allegados de estudiantes y egresados la posibilidad de acceder a descuentos que permitan formar no solo al individuo, sino también a quienes les rodea, logrando que la educación sea un valor importante en la familia que se contagie y conlleve historias de éxito, experiencias y conocimiento.

CIDEP

Cel: 096565289

[www.CIDEP.uy](http://www.CIDEP.uy)