



DIPLOMADO EN

# Venta Profesional



# INTRODUCCIÓN

El mundo empresarial cambia constantemente, y exige a los profesionales estar cada vez más preparados para continuar siendo competitivos. El presente diplomado ha sido diseñado tomando en cuenta las necesidades que tienen las áreas comerciales de distintos rubros, para brindar herramientas que ayuden a liderar equipos de venta de alto desempeño, prospectar, persuadir, cerrar las ventas a través de distintos canales y mantener una relación duradera con el cliente.

## NUESTRO COMPROMISO

Brindar herramientas técnicas y de gestión, para que el participante conozca el proceso completo de una venta: desde que inicia contacto con un posible prospecto, hasta la generación exitosa de una venta.

## VALOR AGREGADO

El principal valor agregado que tiene este diplomado, es que se ha dividido en cinco módulos con temas de vanguardia, cada uno con un docente especialista que te enseñará paso a paso todo lo que necesitas saber para superar los objetivos comerciales.

## DIRIGIDO A

- Ejecutivos de venta que deseen actualizar sus conocimientos sobre procesos comerciales.
- Líderes de equipos de ventas que desean fortalecer su capacidad de revisar, replantear y establecer estrategias que les ayude a llegar a las metas.
- Profesionales de otras áreas que deseen incursionar en la gestión de ventas o adquirir conocimientos fundamentales en este campo para potenciar su desarrollo profesional.
- Emprendedores que realicen funciones comerciales.

# TEMARIO

## MÓDULO 1:

### PLAN COMERCIAL INTEGRAL

En este módulo presencial exploraremos los elementos de un plan comercial que fusiona marketing y ventas, dos áreas que deben trabajar de la mano para que la estrategia funcione. También abordaremos los indicadores clave de rendimiento (KPIs) más relevantes tanto en términos comerciales como financieros.

#### **Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Diseñar e implementar planes comerciales integrales alineados con los objetivos organizacionales y las necesidades de mercado anticipando estratégicamente los cambios y adaptando el plan comercial según las condiciones y oportunidades del entorno empresarial.
- Recopilar y analizar datos relacionados con el mercado, clientes, competencia y tendencias utilizando herramientas y técnicas para transformar insights estratégicos que orienten la toma de decisiones comerciales en una organización.
- Evaluar el rendimiento del plan comercial mediante el análisis de indicadores, métricas y resultados y de ser necesario realizar los ajustes necesarios para generar valor sostenible para la organización y sus stakeholders.

#### **Sesión 1: Introducción al plan comercial integral**

- Definición y objetivos del plan comercial integral
- Elementos “claves” en un plan comercial
- Identificación de beneficios e impacto en la empresa
- Casos de éxito

#### **Sesión 2: Visión sistémica del mercado y segmentación**

- Análisis de la competencia y posicionamiento
- Investigación de mercado
- Identificación y análisis de segmentos de mercado
- Perfil del cliente ideal (Buyer Persona)

### **Sesión 3: Estrategias de marketing mix: Producto y Precio**

- Desarrollo y gestión de la cartera de productos
- Ciclo de vida del producto y estrategias asociadas
- Políticas de precios: fijación, descuentos, promociones
- Valor percibido y estrategias de posicionamiento

### **Sesión 4: Estrategias de marketing mix: Distribución**

- Tipos de canales de distribución: directos e indirectos
- Selección y gestión de intermediarios y socios comerciales
- Logística comercial: gestión de inventarios, almacenamiento y transporte

### **Sesión 5: Estrategias de marketing mix: Promoción y Arquetipo del equipo comercial**

- Mix de comunicación: publicidad, relaciones públicas, ventas personales, marketing directo
- Estrategias de marketing digital y redes sociales
- Planificación de campañas promocionales y eventos
- Medición y análisis de resultados (ROI)
- Desarrollo óptimo del equipo comercial

### **Sesión 6: Implementación y control del plan comercial**

- Fases de implementación del plan comercial
- Herramientas y técnicas de control y seguimiento
- Indicadores clave de rendimiento (KPIs) y métricas comerciales
- Evaluación, ajustes y mejora continua del plan comercial

## **MÓDULO 2:**

### **TÉCNICAS AVANZADAS DE NEGOCIACIÓN Y CIERRE DE VENTAS**

En este módulo presencial desarrollaremos habilidades avanzadas y estrategias especializadas en negociación y cierre de ventas orientadas a entornos B2C y B2B, donde los participantes desarrollaran competencias claves en análisis y adaptabilidad comercial, comunicación estratégica, gestión de negociaciones complejas y ética en las acciones comerciales, se profundizara en las necesidades y motivaciones de los clientes con técnicas de persuasión y construcción de relaciones a largo plazo en entornos altamente competitivos.

## **Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Analizar y comprender las necesidades, motivaciones y características de clientes B2C y B2B, adaptando estrategias, técnicas de negociación y propuestas comerciales según el contexto y perfil del cliente y/o empresa.
- Desarrollar habilidades avanzadas de comunicación efectiva, persuasión y desarrollo de relaciones sólidas, comunicando valor en sus propuestas comerciales y generando conexiones relevantes con clientes y/o stakeholders en negociaciones B2C y B2B.
- Gestionar negociaciones complejas en entornos B2C y B2B, identificando oportunidades y anticipando desafíos en el cierre de ventas respetando las normativas y valores organizacionales y personales.

### **Sesión 7: Fundamentos de la negociación efectiva**

- Conceptos básicos de negociación
- Diferencias entre negociación B2C y B2B
- Estilos y enfoques de negociación
- Preparación y planificación de la negociación

### **Sesión 8: Inteligencia emocional y comunicación efectiva**

- Principios de la comunicación efectiva
- Influencia y persuasión en la negociación
- Manejo de objeciones y conflictos
- Técnicas de escucha activa y empatía

### **Sesión 9: Técnicas avanzadas de negociación B2C**

- Identificación de necesidades y motivaciones del cliente
- Estrategias de cierre de ventas en B2C
- Manejo de clientes difíciles o reticentes
- Casos prácticos y juego de roles

### **Sesión 10: Técnicas avanzadas de negociación B2B**

- Análisis y comprensión de las necesidades empresariales
- Estrategias de negociación en entornos empresariales
- Creación y presentación de propuestas comerciales
- Negociación de contratos y acuerdos comerciales

## **Sesión 11: Tecnologías y herramientas en la negociación**

- Uso de CRM y software de gestión de ventas
- Herramientas digitales para la negociación virtual
- Análisis de datos y métricas comerciales
- Automatización y seguimiento de procesos de negociación

## **Sesión 12: Estrategias de cierre de ventas en B2C y B2B**

- Tipos de cierres de ventas y su aplicación
- Superación de objeciones finales
- Técnicas de confirmación y seguimiento post-venta
- Casos prácticos y simulaciones de cierre

## **Sesión 13: Negociación sostenible y relaciones a largo plazo**

- Principios éticos en la negociación
- Negociación basada en valores y responsabilidad social
- Gestión de relaciones a largo plazo con clientes
- Casos de estudio y análisis de mejores prácticas

## **MÓDULO 3:**

### **HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LAS VENTAS**

Este módulo online ha sido creado con el objetivo de mejorar las habilidades de los vendedores o líderes en la aplicación estratégica de la tecnología y redes sociales. Revisaremos herramientas esenciales, estrategias de contenido y las tendencias más recientes con el propósito de fortalecer tus capacidades digitales para vender más.

#### **Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Aplicar técnicas efectivas de ventas a través de herramientas digitales.
- Implementar estrategias de marketing digital adaptadas a su público objetivo.
- Utilizar plataformas digitales de manera óptima para aumentar las ventas y mejorar la relación con los clientes.

## **Sesión 14: Introducción al comercio electrónico y ventas digitales**

- Uso de herramientas digitales para demostrar productos o servicios de manera efectiva y resolver dudas en tiempo real
- Implementación de aplicaciones de video en vivo y demostraciones interactivas para mejorar la experiencia del cliente
- Uso plataformas como Zoom, Google Meet o Microsoft Teams para realizar demostraciones en tiempo real
- Uso de plataformas de mensajería y redes sociales para mantener una comunicación cercana y efectiva con los clientes
- Empleo de plataformas como WhatsApp, Facebook Messenger y Telegram para una comunicación directa
- Integración de las redes sociales más relevantes para el público objetivo, como Facebook, Instagram y Twitter
- Uso de herramientas digitales para investigar y comprender a la audiencia objetivo
- Empleo de herramientas como Google Analytics, Google Trends y encuestas en línea para comprender mejor el comportamiento y preferencias de la audiencia

## **Sesión 15: El marketing digital aplicado a la venta**

- Generación de contenidos para captar la atención de tu cliente potencial
- Uso herramientas de diseño como Canva o Adobe Spark para crear contenido visual atractivo
- Incorporación de blogs, videos y otros formatos de contenido para diversificar la estrategia
- Uso estratégico de redes sociales para impulsar las ventas y generar leads
- Integración de plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter en una estrategia coherente
- Implementación de campañas publicitarias específicas para cada red social
- Publicidad en línea: campañas efectivas en plataformas digitales
- Uso de Google Ads, Facebook Ads y otras plataformas publicitarias relevantes para llegar a la audiencia objetivo



## **Sesión 16: Analítica digital**

- SEO y marketing de contenidos para aumentar la visibilidad en línea.
- Prácticas de SEO en el contenido digital para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda
- Uso herramientas como SEMrush o Ahrefs para análisis de palabras clave y competencia
- Analítica digital: medición y seguimiento de resultados en ventas
- Implementación Google Analytics para el seguimiento detallado de las métricas relevantes
- Indicadores clave de rendimiento (KPI) para evaluar el éxito de las estrategias

## **Sesión 17: Vende a través de WhatsApp Business**

- Configuración de WhatsApp Business
- Creación de catálogo
- Estrategias con grupos de WhatsApp
- Respuestas rápidas: cómo crearlas
- Elaboración de listas de difusión
- WhatsApp Web: tu negocio desde tu PC
- Guarda contactos de manera ágil y confiable
- Automatización de respuestas
- Programa tus mensajes

## **Sesión 18: LinkedIn como herramienta de venta B2B**

- Creación de perfil de alto impacto
- Preferencias del perfil y modo creador de contenido para mayor alcance
- Hacks de posicionamiento y buenas prácticas
- Creación de contenido de valor: formatos, ideas. Herramientas creativas y de gestión
- Networking: expande tu red
- Análisis de métricas
- Prospección inteligente: encontrando a tu cliente ideal en linkedin

## **Sesión 19: Estrategias para generar ventas recurrentes**

- Planificación de estrategias de ventas y marketing digital para el crecimiento sostenible
- Email marketing
- Uso de herramientas de CRM (Customer Relationship Management) para gestionar clientes y oportunidades de venta
- Integración de plataformas de comercio electrónico con sistemas de gestión

## **MÓDULO 4: FIDELIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE**

Este módulo presencial tiene como objetivo identificar cómo la gestión de la satisfacción y experiencia del cliente son de vital soporte a la Gestión comercial. Se discutirán las nuevas tendencias en el mercado, cuantificar el valor de conservar a los clientes, así como la gestión de la experiencia a través de los distintos puntos de contacto y la evaluación de la satisfacción.

**Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Conocer los aspectos principales relacionados con la gestión de Servicio al Cliente
- Comprender la importancia de tener una estrategia para la medición y la mejora de la experiencia del cliente
- Identificar los principios para la correcta gestión de quejas y reclamos
- Asegurar el uso estratégico de los principales indicadores de satisfacción

## **Sesión 20: El servicio al cliente y tipologías**

- Evolución del Servicio al cliente en el mercado
- Relación entre expectativas y percepción del cliente, ¿qué esperan los clientes del servicio?
- Conociendo quién es el cliente, sus necesidades y cómo cumplir con la promesa de servicio

## **Sesión 21: Modelo gestión de experiencia del cliente - promesa de marca y experiencia**

- Relación con el cliente: Multicanalidad & Omnicanalidad
- Enfoque Omnicanal en la experiencia del cliente para resultados comerciales
- Nuevas tendencias en la mejora y creación de nuevas Experiencias de Servicio para construir relaciones sólidas con el cliente

## **Sesión 22: Gestión de servicio interno y desarrollo de la evaluación del servicio**

- Importancia de cuidar la reputación
- Herramienta Customer Journey Map para identificar los puntos de mejora en el servicio
- Comunicación entre áreas para gestionar la experiencia del cliente
- Cómo evaluar la satisfacción
- Cómo definir KPI's para el servicio al cliente
- Aplicación de estrategias de mejora y matriz de planificación

## **Sesión 23: El valor de los clientes**

- El valor de la retención del cliente en el tiempo
- El costo de recuperación de un cliente perdido vs. encontrar a un nuevo cliente
- La importancia de la recomendación para crear empresas saludables
- Retorno de la inversión de las iniciativas de mejora del cliente

## **Sesión 24: Gestión de la experiencia a través del manejo de reclamos**

- Normativa vigente de la Ley de Protección y Defensa del Consumidor
- Causa y raíz de las inconformidades de los Clientes
- Gestión eficiente de las quejas y reclamos de los clientes identificando las oportunidades de mejora.
- Medición, análisis y gestión de iniciativas de experiencia del cliente: Encuestas y Programas VoC

## MÓDULO 5:

### COACHING Y HABILIDADES BLANDAS PARA EQUIPOS COMERCIALES

En este módulo presencial revisaremos habilidades personales esenciales para la gestión del tiempo, técnicas de comunicación, gestión emociones, resiliencia, manejo de estrés y la motivación propia para avanzar en equipos comerciales de alto rendimiento.

**Al finalizar este módulo, el participante está en la capacidad de:**

- Ser más productivo y gestionar su tiempo
- Comunicarse de forma persuasiva
- Gestionar sus emociones, liderarse y motivarse

#### **Sesión 25: Gestión del Tiempo**

- Principios básicos de la gestión del tiempo
- Herramientas y técnicas para la planificación diaria y semanal
- Identificación y eliminación de ladrones de tiempo
- Priorizar tareas usando la matriz de Eisenhower
- Ejercicio práctico: Crear un plan de gestión del tiempo personal

#### **Sesión 26: Técnicas de Comunicación**

- Componentes de la comunicación efectiva en ventas
- Técnicas de escucha activa
- Comunicación verbal y no verbal
- Estrategias para dar y recibir retroalimentación constructiva
- Role-playing: Práctica de situaciones de comunicación en equipo

#### **Sesión 27: Gestión de Emociones**

- Concepto de inteligencia emocional
- Identificación y comprensión de las propias emociones
- Técnicas para regular las emociones
- Empatía y su importancia en el trabajo en equipo
- Ejercicio de autoevaluación emocional y plan de mejora

## **Sesión 28: Resiliencia**

- Definición y características de la resiliencia
- Factores que contribuyen a la resiliencia personal
- Estrategias para desarrollar la resiliencia
- Casos de estudio: Ejemplos de resiliencia en el ámbito comercial
- Actividad grupal: Plan de acción para mejorar la resiliencia

## **Sesión 29: Manejo de Estrés**

- Identificación de fuentes de estrés en el entorno laboral
- Efectos del estrés en la salud y el rendimiento
- Técnicas de relajación y mindfulness
- Estrategias para prevenir y reducir el estrés
- Práctica guiada: Ejercicios de relajación y mindfulness

## **Sesión 30: Motivación Propia**

- Teorías de la motivación.
- Identificación de factores motivacionales personales
- Técnicas para mantener la motivación a largo plazo
- Motivación en equipos de alto rendimiento
- Actividad final: Creación de un plan de motivación personal y grupal

# CRONOGRAMA

<b>MÓDULO 1: Enrique Mesias Presencial</b>	<b>MÓDULO 2: Enrique Mesias Presencial</b>	<b>MÓDULO 3: Kevin Melgarejo Online</b>	<b>MÓDULO 4: Débora Delgado Presencial</b>	<b>MÓDULO 5: Isabel Gonzalez Presencial</b>
Plan comercial integral	Técnicas avanzadas de negociación y cierre de ventas	Herramientas digitales para las ventas	Fidelización y gestión de la experiencia del cliente	Coaching y habilidades blandas para equipos comerciales
Sesión 1 <b>Martes 14 ene</b>	Sesión 7 <b>Martes 04 feb</b>	Sesión 14 <b>Jueves 27 feb</b>	Sesión 20 <b>Jueves 20 mar</b>	Sesión 25 <b>Martes 08 abr</b>
Sesión 2 <b>Jueves 16 ene</b>	Sesión 8 <b>Jueves 06 feb</b>	Sesión 15 <b>Martes 04 mar</b>	Sesión 21 <b>Martes 25 mar</b>	Sesión 26 <b>Jueves 10 abr</b>
Sesión 3 <b>Martes 21 ene</b>	Sesión 9 <b>Martes 11 feb</b>	Sesión 16 <b>Jueves 06 mar</b>	Sesión 22 <b>Jueves 27 mar</b>	Sesión 27 <b>Martes 15 abr</b>
Sesión 4 <b>Jueves 23 ene</b>	Sesión 10 <b>Jueves 13 feb</b>	Sesión 17 <b>Martes 11 mar</b>	Sesión 23 <b>Martes 01 abr</b>	Sesión 28 <b>Martes 22 abr</b>
Sesión 5 <b>Martes 28 ene</b>	Sesión 11 <b>Martes 18 feb</b>	Sesión 18 <b>Jueves 13 mar</b>	Sesión 24 <b>Jueves 03 abr</b>	Sesión 29 <b>Jueves 24 abr</b>
Sesión 6 <b>Jueves 30 ene</b>	Sesión 12 <b>Jueves 30 ene</b>	Sesión 19 <b>Martes 18 mar</b>		Sesión 30 <b>Martes 29 abr</b>
	Sesión 13 <b>Martes 25 feb</b>			

## PLANA DOCENTE

### **Enrique A. Mesías**

#### **Especialista en diseño y dirección de áreas comerciales**

Doctor en Administración de Empresas, MBA Entrepreneurship and Family Business por la EAE Business School de Barcelona, MBA en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Catalunya y MBA por la Universidad del Pacífico. Especialista en metodologías ágiles, diseño de áreas comerciales y gestión financiera.

Experiencia comprobada por más de 20 años en Gerencia General, Gerencia Comercial, Gerencia en Inteligencia de Negocios y Big Data, Gerencia de Operaciones y Gerencia Financiera en los rubros de transporte, servicios, consultoría y producción. Experiencia docente y en gestión educativa superior universitaria por más de 15 años.

### **Kevin Melgarejo**

#### **Especialista en negocios digitales**

Fundador de KM Digital. Certificado en Emprendimiento e Innovación por Mashav Carme Training Center, Israel. Ingeniero de la UNI, con Maestría en la misma casa de estudios. Certificado en Aceleración de la Innovación por Texas McCombs School of Business

Especialista en SEM y SEO a nivel Internacional consiguiendo clientes en diferentes países. Bloguero de Emprendimiento Digital, Startups y Transformación Digital con más de 100 mil visitas mensuales. Emprendedor TECH con menciones en medios como Gestión.pe, Publimetro, El País, Leaders League, TV Perú, Elige Madrid y entre otros.

# **Debora Delgado Mendoza**

## **Especialista en Cultura de Servicio y Manejo de Conflictos**

Consultora con más de 15 años de experiencia en gestión de la satisfacción y retención de clientes. Facilitadora en entrenamientos de fortalecimiento de habilidades blandas para el servicio y manejo de situaciones difíciles con clientes. Se ha desempeñado como Jefe de Calidad de Servicio en la industria hotelera y como Consultora en Gestión de Conflictos en el Sector público y privado.

Fundadora de Binomia, una consultora especializada en Cultura de Servicio y Manejo de Conflictos. Bachiller en Administración Hotelera por la USIL y Magíster en Negociación y Manejo de Conflictos por Columbia University.

# **Isabel Gonzalez Rivera**

## **Coach de equipos comerciales**

Profesional con más de 28 años de experiencia en el ámbito del marketing y la gestión comercial. Con capacidad para liderar equipos de venta de alto rendimiento, desarrollar estrategias de crecimiento y optimización de áreas comerciales.

Su enfoque está orientado a la proactividad, la toma de decisiones y las relaciones interpersonales, claves para alcanzar los objetivos comerciales. Además, posee un profundo conocimiento en áreas como la negociación, la gestión de emociones y la motivación, habilidades que aplica en su día a día como Gerente Comercial. Marketera de profesión, con un Máster en Marketing y Gestión Comercial de la UPC y distintas especializaciones en coaching y desarrollo de habilidades blandas en prestigiosas casas de estudio.



**INICIO:**

Martes, 14 de enero

**FIN:**

Martes, 29 de abril

**FRECUENCIA:**

Martes y jueves

7:00 p.m. a 10:00 p.m.

**DURACIÓN:**

120 horas académicas

**MODALIDAD:**

Semipresencial

**INVERSIÓN:**

Tarifa regular: S/ 3 100

Socio CCL: S/ 2 300

**CERTIFICA:**

La Cámara de Comercio de Lima

# MÉTODOS DE PAGO

## • Depósitos o transferencia Cuenta corriente en soles banco



Banco o agente BCP  
193-1943271-0-99



Banco o agente Interbank  
005-0000007180



Banco BBVA  
0011-0130-0100003020



Banco Scotiabank  
000-2019361

Todas nuestras cuentas están a nombre de **CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA - Ruc: 20101266819**

## • Tarjeta de crédito Podrá realizar sus pagos con rapidez y total seguridad.



1. Ingresar a nuestra página web: [www.camaralima.org.pe](http://www.camaralima.org.pe)
2. Buscar: **Pagos online**, parte superior derecha.
3. Ingresar **datos de la empresa y/o persona** que solicito el servicio.
4. Ingresar **datos de la tarjeta de crédito y detalle del servicio**.
5. Procesar pago.

Luego de realizar el pago, enviar el voucher de pago indicando el RUC y/o DNI del depositante al **asesor educativo**.



Exclusivo para VISA

**Hasta 6 cuotas sin intereses con tus tarjetas de crédito BBVA y 12 cuotas con BCP.**

Preguntar por términos y condiciones.

## • Billetera electrónica Escanea y paga



## Considerar

Los horarios que están en la programación de todos los eventos que se realice están sometidos a cualquier cambio por cualquier inconveniente que se presente. **\*Los cambios de los horarios serán notificados con anticipación.**

**CCL** | CÁMARA  
DE COMERCIO  
LIMA