

CCL

CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA

EDUCACIÓN EJECUTIVA

DIPLOMADO EN

GERENCIA COMERCIAL



Certifica: Cámara de Comercio de Lima

AFILIADOS A LA

RECLA

Red de Educación Continua
de Latinoamérica y Europa



Certifica: Cámara de Comercio de Lima

SOBRE EL DIPLOMADO

En un entorno empresarial altamente competitivo, las áreas de **marketing y ventas deben trabajar en sinergia para optimizar los resultados comerciales**. Sin embargo, muchas organizaciones enfrentan desafíos en la integración efectiva de estas estrategias. Este diplomado **brinda herramientas potentes y actualizadas** que combinan teoría y práctica, utilizando casos reales de empresas peruanas, latinoamericanas y globales, para que mandos medios, emprendedores y gerentes comerciales fortalezcan su liderazgo y habilidades estratégicas.

VALOR AGREGADO

Este diplomado ofrece una perspectiva integral y actualizada de las tendencias en marketing y ventas, garantizando la formación de profesionales con herramientas prácticas y estratégicas. Su valor agregado radica en:

- **Enfoque interdisciplinario:** Combina conocimientos teóricos con la aplicación de casos reales en el ámbito peruano, latinoamericano y global, permitiendo una visión estratégica ajustada a diferentes contextos comerciales.
- **Plana docente de alto nivel:** El programa está liderado por expertos con experiencia gerencial en diversas industrias, quienes compartirán sus enfoques prácticos y ofrecerán insights únicos para enfrentar los desafíos actuales.
- **Practicidad orientada a resultados:** Los participantes desarrollan competencias aplicables directamente en su entorno laboral, como el manejo de herramientas tecnológicas (CRM, análisis de datos, diseño de estrategias digitales) y habilidades de liderazgo comercial.
- **Flexibilidad y accesibilidad:** Al ser impartido en modalidad online, permite a los participantes capacitarse desde cualquier lugar, maximizando su tiempo y adaptándose a sus necesidades profesionales.

DIRIGIDO A

- Mandos medios y gerentes de marketing / ventas.
- Emprendedores que buscan escalar sus negocios
- Profesionales de marketing interesados en estrategias de ventas
- Ejecutivos que desean actualizarse en tendencias comerciales globales

OBJETIVOS

- Identificar y analizar tendencias emergentes en marketing y ventas
- Diseñar estrategias integradas basadas en datos y herramientas digitales
- Fortalecer habilidades de negociación, liderazgo y gestión comercial
- Implementar modelos innovadores para mejorar la experiencia del cliente

METODOLOGÍA

La metodología será teórica - práctica, con participación activa de los asistentes. Se realizarán ejercicios para que, en conjunto y bajo la dirección permanente de los expositores, se analicen casos que ilustran las técnicas y conceptos planteados en este diplomado.

TEMARIO

Módulo 1: Perspectivas Integrales de Marketing y Ventas

Sesión 1: Estrategias comerciales para entornos competitivos

- Definición y evolución de marketing y ventas
- Sinergia entre áreas comerciales y marketing
- Análisis de casos destacados en Perú y latam

Sesión 2: Identificación de oportunidades en mercados actuales

- Métodos para identificar segmentos de mercado
- Tendencias en comportamiento del consumidor
- Beneficios de herramientas como Google Trends y Statista

Sesión 3: El impacto del branding en la gerencia comercial

- Elementos clave de una marca sólida
- Valor de marca
- Posicionamiento en el mercado

Sesión 4: Diseño de estrategias comerciales integradas

- Diferencias entre estrategias push y pull
- Alianzas estratégicas y co-branding
- Taller de aplicación en casos locales

Sesión 5: Gestión de relaciones comerciales efectivas

- Importancia de la comunicación en ventas B2B y B2C
- Técnicas para negociaciones exitosas
- Cierre de ventas efectivos

Sesión 6: Medición del éxito en las áreas de marketing y ventas

- Indicadores clave de desempeño (KPI's) comerciales
- Herramientas de análisis: Excel y Power BI
- Presentación de resultados comerciales efectivos

Módulo 2: Estrategias Comerciales Basadas en Datos

Sesión 7: Introducción a la analítica comercial

- El rol de los datos en la toma de decisiones
- Principales herramientas de análisis comercial
- Principales indicadores comerciales

Sesión 8: Interpretación de datos para estrategias comerciales

- Datos comerciales y transformación en insights accionables
- CRM: Definición y beneficios de usarlo (analizaremos los más famosos: Zoho, Hubspot, Salesforce)
- Ejemplos de Dashboards comerciales

Sesión 9: Segmentación de clientes basada en datos

- Definición de segmentos dinámicos. Aplicaciones y casos
- Personalización de estrategias para diferentes perfiles/buyer persona

Sesión 10: Previsión de ventas y análisis predictivo

- Tendencias y métodos de proyección de ventas
- Métodos estadísticos para anticipar tendencias

Sesión 11: Automatización y gestión eficiente de datos

- Automatización de procesos comerciales con plataformas digitales
- Ejemplos prácticos
- Mejores prácticas para manejo ético de datos

Sesión 12: Casos aplicados: análisis y presentación de informes

- Desarrollo de un caso aplicado con conjuntos de datos reales
- Presentación y defensa de informes

Módulo 3: Marketing Digital y Transformación Comercial

Sesión 13: El ecosistema digital y su impacto en ventas

- Principales plataformas digitales y su aplicación comercial
- Tendencias en el comportamiento del consumidor online

Sesión 14: SEO y SEM como estrategias comerciales

- Diseño y ejecución de campañas publicitarias
- Optimización de contenidos para buscadores

Sesión 15: Redes sociales como herramientas comerciales

- Estrategias de engagement en redes sociales
- Uso de herramientas como Hootsuite y Buffer

Sesión 16: Comercio electrónico: oportunidades y desafíos

- Modelos de negocio para comercio electrónico
- Introducción a plataformas como Shopify y WooCommerce

Sesión 17: Generación de leads en entornos digitales

- Diseño de embudos de conversión de efectivo
- Automatización de marketing con herramientas como Mailchimp

Sesión 18: Taller práctico: desarrollo de campañas digitales

- Planificación y ejecución de campañas digitales
- Análisis de resultados y optimización

Módulo 4: Innovación en Ventas y Gestión de Equipos

Sesión 19: Innovación en metodologías de ventas

- Modelos de ventas consultivas y disruptivas
- Uso de storytelling para captar clientes

Sesión 20: Gestión de equipos de alto rendimiento

- Características de un equipo de alto rendimiento
- Construcción de equipos comerciales eficaces
- Estilos de liderazgo efectivos en ventas.
- Gestión del cambio y resolución de conflictos en equipos
- Gestión del tiempo y Productividad.

Sesión 21: Motivación y gestión del desempeño

- Diseño de sistemas de incentivos
- Estrategias para mantener la motivación y retención
- Indicadores para medir la efectividad del equipo

Sesión 22: Liderazgo en entornos digitales

- Liderar equipos en la era digital
- Fomento de la innovación en equipos de ventas
- Decisiones estratégicas basadas en KPIs

Sesión 23: Innovación tecnológica en ventas con Inteligencia artificial

- Herramientas de IA para prospección
- Generadores de contenido personalizado para prospección
- Herramientas de IA para cierre de ventas

Sesión 24: Estrategias de negociación avanzada

- El proceso de negociación: preparación, ejecución y cierre
- Estrategias avanzadas: BATNA, ZOPA y manejo de objeciones
- Negociación emocional e inteligencia cultural
- Caso práctico: Simulación de negociación en parejas o equipos

Módulo 5: Experiencia, fidelización y éxito del cliente

Sesión 25: Gestión del ciclo de vida del cliente

- Gestión del ciclo de vida del cliente para potenciar resultados comerciales
- Identificación de voz del negocio (VoB) prioridades de negocio

Sesión 26: Diseño de experiencias de clientes memorables

- Modelo de experiencia del cliente e importancia del mapa del recorrido del cliente
- Estrategias para sorprender y fidelizar clientes

Sesión 27: La voz del cliente (VoC) como pilar estratégico

- Implementación de encuestas, entrevistas de relacionamiento y especificación de claves métricas: NLS, NPS, CSAT, CES, otros
- Herramientas para captar y analizar puntos de dolor e insights

Sesión 28: Innovación en experiencia al cliente

- Tecnología y personalización para las interacciones con los clientes
- Especificación de iniciativas de innovación en la experiencia del cliente y forma de analizar el retorno ROI

Sesión 29: Éxito del cliente y retención a largo plazo

- Concepto de éxito del cliente o customer succes
- Indicadores de éxito del cliente

Sesión 30: Proyecto final – diseño de un modelo integral de experiencia

- Aplicación de aprendizajes en un proyecto práctico
- Presentación y evaluación

PLANA DOCENTE

ELIANA GÁLVEZ

MBA por Maastricht School of Management

Licenciada en Administración por la Universidad del Pacífico. Master en Marketing por EADA Barcelona. Especialización en Marketing Digital por la Universidad ESAN. Experiencia docente de 14 años. Actualmente, profesora a tiempo parcial en la Universidad del Pacífico y otras instituciones educativas.

Mentora del Centro de emprendimiento de la Universidad del Pacífico, jurado y asesora de tesis de la Universidad del Pacífico. Más de 20 años de experiencia en áreas de Gestión, Marketing y Comercial.

Ha sido Gerente de División de Corporación Miyasato, Gerente Comercial de Grupo Eulen, Gerente Comercial de Misión Médica y Asesora del Despacho del Viceministro de Empleo y MYPE del Ministerio de Trabajo. Amplia experiencia en consultoría empresarial para pequeñas, medianas y grandes empresas en temas relacionados a emprendimiento, marketing, marketing digital, estrategia, formación, liderazgo y sistemas de gestión de la calidad.

MANUEL PAJES

MBA e ingeniero de profesión

Especializado en Dirección de Ventas. Amplio conocimiento de estrategias de comercio electrónico, ventas digitales y transformación comercial en los sectores industrial, terciario y residencial.

Con más de 20 años de experiencia en canales y fabricantes de productos eléctricos y electrónicos, ha liderado equipos de marketing y ventas en la implementación de modelos de comercio electrónico, desde tiendas propias hasta marketplaces y redes sociales. Su enfoque estratégico le ha permitido optimizar la experiencia del cliente, la gestión de inventario y la conversión digital.

Actual Gerente Comercial en una conocida empresa de rubro industrial.

PAUL BUDD

Administrador de Empresas y magíster en Dirección de Marketing en CENTRUM PUCP

Especializado en el desarrollo de estrategias de marketing generadoras de valor a nivel on y offline, modelos de negocios, investigación de mercados, campañas de marketing a nivel nacional e internacional por más de 13 años en empresas de servicios, educación y construcción. Enfoque en resultados ágiles, visión de negocio e innovación.

Actual Gerente General de Budd Marketing Group, agencia de marketing digital full funnel y branding. Docente en conocidas casas de estudio.

ARMANDO NÚÑEZ

Magíster en Administración Estratégica de Empresas de la PUCP

Más de 20 años de experiencia desempeñándose como Gerente de Banca Seguros en el Banco Financiero, Gerente de Ventas de Nuevos Canales en Rímac Seguros. Gerente de Field Support y Gerente Divisional de Ventas en Productos Avon. Cuenta con estudios de posgrado en Gerencia de Ventas, Planeamiento Estratégico de Ventas y Trade Marketing.

Actual Gerente de Ventas de Maquimás, una de las principales empresas administradoras de Fondos Colectivos del país.

MANUEL RAMOS

Magíster en Administración de la Universidad ESAN

Certificado por Strativity Group en Customer Experience Management. Economista de la Universidad de Lima. Cuenta con más de 20 años de experiencia en empresas privadas, del estado y servicios de consultorías en diversas industrias. Ha sido Subgerente de gestión de experiencia del cliente para Ferreycorp S.A.A., y Jefe de Experiencia del cliente de Ferreyros S.A.

CRONOGRAMA

MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3	MÓDULO 4	MÓDULO 5
Eliana Gálvez	Manuel Pajes	Paul Budd	Armando Núñez	Manuel Ramos
Perspectivas Integrales de Marketing y Ventas	Estrategias Comerciales Basadas en Datos	Marketing Digital y Transformación Comercial	Innovación en Ventas y Gestión de Equipos	Experiencia, fidelización y éxito del cliente
Sesión 1 Lunes, 17 de noviembre	Sesión 7 Miércoles, 10 de diciembre	Sesión 13 Miércoles, 14 de enero	Sesión 19 Miércoles, 04 de febrero	Sesión 25 Miércoles, 25 de febrero
Sesión 2 Miércoles, 19 de noviembre	Sesión 8 Lunes, 15 de diciembre	Sesión 14 Lunes, 19 de enero	Sesión 20 Lunes, 09 de febrero	Sesión 26 Lunes, 02 de marzo
Sesión 3 Lunes, 24 de noviembre	Sesión 9 Miércoles, 17 de diciembre	Sesión 15 Miércoles, 21 de enero	Sesión 21 Miércoles, 11 de febrero	Sesión 27 Miércoles, 04 de marzo
Sesión 4 Miércoles, 26 de noviembre	Sesión 10 Lunes, 05 de enero	Sesión 16 Lunes, 26 de enero	Sesión 22 Lunes, 16 de febrero	Sesión 28 Lunes, 09 de marzo
Sesión 5 Lunes, 1 de diciembre	Sesión 11 Miércoles, 07 de enero	Sesión 17 Miércoles, 28 de enero	Sesión 23 Miércoles, 18 de febrero	Sesión 29 Miércoles, 11 de marzo
Sesión 6 Miércoles, 3 de diciembre	Sesión 12 Lunes, 12 de enero	Sesión 18 Lunes, 02 de febrero	Sesión 24 Lunes, 23 de febrero	Sesión 30 Lunes, 16 de marzo

**El lunes 08 de diciembre no habrá clases por ser feriado.*

**Del lunes 22 de diciembre al domingo 04 de enero serán las vacaciones por fiestas.*

**INICIO:**

Lunes, 17 de noviembre

FIN:

Lunes, 16 de marzo

**FRECUENCIA:**

Lunes y Miércoles de
08:00 p.m. a 11:00 p.m.

**DURACIÓN:**

120h académicas (de 45min. **cada una**)

**MODALIDAD:**

Online (sesiones en tiempo real) -
plataforma TEAMS

**INVERSIÓN:**

Tarifa regular: S/ 3100
Socio CCL: S/ 2300

**CERTIFICACIÓN DIGITAL:**

A nombre de 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
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.

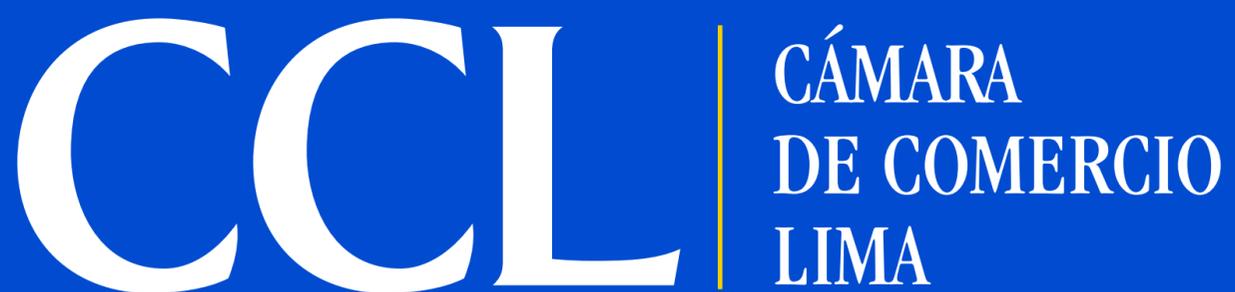
Preguntar por términos y condiciones.

• 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.**



| CONTACTANOS

Lima ✉ programasccl@camaralima.org.pe ☎ 994 250 942

Provincias ✉ cclprovincias@camaralima.org.pe ☎ 981 237 156