

BRIEF - FORMACIÓN CONTINUA

CURSO:	Gestión de Ventas y Atención al cliente
TIPO:	Actualización
ESTRUCTURA:	Curso de tendencia
MODALIDAD:	Virtual

Introducción:

El curso "Gestión de Ventas y Atención al Cliente" está diseñado para brindar a los emprendedores y microempresarios las habilidades necesarias para mejorar la efectividad de sus ventas y elevar la calidad de la atención al cliente. A través de un enfoque práctico y contextualizado, los participantes aprenderán técnicas clave para atraer y retener clientes, optimizando así sus oficios o emprendimientos.

Landing Page:

Sabemos que el verdadero éxito en ventas y atención al cliente nace de la confianza y la empatía. En este curso desarrollarás habilidades para entender a tus clientes y ofrecerles soluciones que realmente importan, potenciando tu perfil como un profesional clave en cualquier equipo. Transforma tus técnicas y avanza en el mundo de las ventas y la atención al cliente.

Objetivo

El objetivo del curso es proporcionar a los participantes las competencias necesarias para gestionar de manera efectiva sus procesos de ventas y mejorar la experiencia del cliente, permitiéndoles incrementar sus ingresos y fidelizar a sus clientes, asegurando la sostenibilidad y crecimiento de sus negocios.

Público Dirigido

- Emprendedores y microempresarios de Chosica y Chiclayo
- Personas que trabajan en oficios y desean mejorar sus habilidades en ventas y atención al cliente
- Vendedores independientes que buscan profesionalizar sus técnicas de ventas
- Personas interesadas en iniciar un emprendimiento con un enfoque en el cliente
- Personas que buscan incorporarse al mercado laboral en la línea de ventas y/o atención al cliente.

Propuesta de valor:

Enfoque Práctico y Aplicable: Este curso se centra en técnicas de ventas y atención al cliente que pueden ser implementadas inmediatamente en los negocios de los participantes, con casos prácticos adaptados a su contexto local.

Acompañamiento y Soporte: Los participantes recibirán un seguimiento cercano y asesoría durante y después del curso, asegurando que puedan aplicar eficazmente lo aprendido y lograr resultados tangibles en sus ventas y relación con los clientes.

Requisitos:

- Computadora o laptop con conexión a internet
- Cámara y audio.
- Espacio adecuado para estudio libre de distractores.
- Manejo de PC y/o laptop
- Dominio en el uso de navegador
- Cuenta de correo electrónico gmail.

Duración:

- ✓ Inducción : 1 hora académica (Fuera de las horas del curso)
- ✓ Frecuencia : De acuerdo a programación
- ✓ Horas sincrónicas : 32 horas en total
- ✓ Tiempo de dedicación : 10 horas académicas
- ✓ Duración total : 42 horas académicas

Docente:

El docente a cargo es un profesional con amplia experiencia en ventas, atención al cliente y desarrollo de microempresas. Posee habilidades pedagógicas para transmitir conocimientos de manera clara y práctica, y es capaz de adaptar las teorías de ventas y atención al cliente a las realidades y desafíos específicos de los participantes. Además, el docente es un facilitador empático, capaz de ofrecer apoyo a los participantes en la aplicación de los conocimientos adquiridos en sus negocios de forma efectiva.

Certificación:

Al término del curso, el participante que haya culminado satisfactoriamente con una nota mínima de 13 (trece) recibirá un certificado de reconocimiento en “**Gestión Eficaz de Ventas y Atención al Cliente**”, otorgado por el Instituto San Agustín - ISAT, el cual acreditará tanto su participación como los conocimientos y competencias adquiridos en el desarrollo del curso.

Malla Curricular:

CONTENIDO	Hrs
<p>Sesión 1: Fundamentos de Ventas y Atención al Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Comprender los principios clave de las ventas y la atención al cliente, diferenciando enfoques modernos y tradicionales. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Rol de las ventas en el crecimiento de un negocio. ○ Diferencias entre venta relacional y transaccional. ○ Valor percibido y experiencia del cliente (Customer Experience - CX). ○ Caso práctico: análisis de una venta fallida vs. una venta exitosa. ● Evaluación Formativa: Discusión grupal sobre las prácticas de ventas analizadas y retroalimentación del docente. 	3 Hrs
<p>Sesión 2: Conociendo al Cliente: Segmentación y Perfilación</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Identificar y segmentar al cliente ideal para diseñar estrategias de venta efectivas.. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Técnicas de segmentación de clientes. ○ Creación de perfiles de clientes ideales. ○ Técnicas: mapa de empatía y encuestas con Google Forms o WhatsApp. ○ Caso práctico: Elaboración de un perfil de cliente para el negocio de cada participante. ● Evaluación Formativa: Revisión y feedback sobre los perfiles de clientes creados. 	3 Hrs
<p>Sesión 3: Comunicación Efectiva en Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Mejorar las habilidades de comunicación de los participantes para potenciar sus ventas. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Principios de comunicación efectiva en ventas. ○ Técnicas para superar objeciones del cliente. ○ Caso práctico: Role-playing de situaciones de ventas con clientes difíciles. <p>Evaluación Formativa: Evaluación de la efectividad en la comunicación y manejo de objeciones.</p>	3 Hrs
<p>Sesión 4: Técnicas de Venta Efectivas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Proporcionar técnicas de venta que los participantes puedan aplicar en sus negocios. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategias de ventas personalizadas. ○ Técnicas de persuasión y cierre de ventas. ○ Caso práctico: Simulación de ventas en diferentes escenarios. ● Evaluación Formativa: Análisis y retroalimentación de las simulaciones realizadas. 	3 Hrs

<p>Sesión 5: Atención al Cliente: Creando Experiencias Positivas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Capacitar a los participantes en la creación de experiencias positivas para los clientes. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Técnicas para mejorar la experiencia del cliente. ○ Personalización de la atención: empatía aplicada. ○ Indicadores de satisfacción (NPS, feedback, reseñas). ○ Caso práctico: Diseño de una estrategia de atención al cliente para un negocio local. ● Evaluación Formativa: Presentación y discusión de las estrategias diseñadas. 	<p>3 Hrs</p>
<p>Sesión 6: Resolución de Conflictos con Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Capacitar a los participantes en la resolución efectiva de conflictos con clientes. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Identificación de tipos de conflictos comunes en ventas. ○ Técnicas para la resolución de conflictos de manera positiva. ○ Caso práctico: Simulación de situaciones conflictivas y su resolución. ● Evaluación Formativa: Análisis de las simulaciones y retroalimentación sobre las técnicas utilizadas. 	<p>3 Hrs</p>
<p>Sesión 7: Fidelización de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Enseñar a los participantes cómo fidelizar a sus clientes y aumentar su lealtad. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Estrategias de fidelización y su importancia. ○ Herramientas para mantener relaciones a largo plazo con los clientes. ○ Creación de un plan de fidelización. ○ Caso práctico: Creación de un plan de fidelización para el negocio de cada participante. ● Evaluación Formativa: Evaluación de los planes de fidelización y recomendaciones de mejora. 	<p>3 Hrs</p>
<p>Sesión 8: Marketing Digital Básico para Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Introducir a los participantes en el uso de herramientas digitales para potenciar sus ventas. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Uso de redes sociales para la promoción de productos y servicios. ○ Estrategias de marketing digital adaptadas a microempresas. ○ Caso práctico: Creación de una campaña básica en redes sociales. ● Evaluación Formativa: Revisión y feedback sobre la campaña digital diseñada. 	<p>3 Hrs</p>
<p>Sesión 9: Gestión del Proceso de Ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Optimizar la gestión del proceso de ventas de los participantes. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Fases del proceso de ventas y su administración. 	<p>3 Hrs</p>

<ul style="list-style-type: none"> ○ Herramientas para la gestión de clientes (CRM básico). ○ Automatización básica de seguimiento a clientes. ○ Caso práctico: Implementación de un proceso de ventas en un negocio local. ● Evaluación Formativa: Evaluación del proceso de ventas implementado y recomendaciones para su optimización. 	
<p>Sesión 10: Innovación en Estrategias de Venta</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Fomentar la innovación en las estrategias de venta de los participantes. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Técnicas de innovación en ventas. ○ Casos de éxito de innovación en pequeñas empresas. ○ IA generativa como herramienta para crear mensajes comerciales. ○ Caso práctico: Desarrollo de una estrategia de venta innovadora para el negocio de cada participante. ● Evaluación Formativa: Evaluación de la viabilidad y creatividad de las estrategias desarrolladas. 	3 Hrs
<p>Sesión 11: Proyecto Final y Cierre del Curso</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Objetivo: Consolidar los conocimientos adquiridos y aplicarlos en un proyecto integral. ● Contenido: <ul style="list-style-type: none"> ○ Revisión general de los conceptos aprendidos. ○ Presentación del proyecto final: Plan integral de ventas y atención al cliente. ○ Evaluación final del curso: Feedback del docente sobre el proyecto presentado y recomendaciones para su implementación. ● Evaluación Sumativa: Presentación del proyecto final, evaluación y entrega de certificados. 	2 Hrs
Total de Horas	32

Parámetros de Evaluación:

La nota final del proyecto se obtendrá de un promedio ponderado de todos los proyectos desarrollados durante el curso:

$$EF + PF = 60\% + 40\% = \text{Nota final (NF)}$$

=====

Dirección Académica

=====