UNIVERSIDAD ICESI | A OTRO NIVEL | Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

# MICROMASTER EN NEGOCIACIÓN COMERCIAL

*Negociación • Venta Consultiva • Comunicación • Innovación*

CEC Consultoría y Educación Continua

## ¿QUÉ VAS A APRENDER?

En este micromaster vas a adquirir competencias para un desempeño efectivo de labores comerciales, por medio del desarrollo de habilidades para la venta consultiva, la comunicación comercial, la negociación y la innovación en servicios.

## DIRIGIDO A:

- Personas relacionadas con las áreas de ventas o compras y que tengan interés en mejorar sus habilidades de negociación comercial.

# ¿QUÉ OBTENDRÁS?

- Experiencias prácticas en laboratorios donde podrás aplicar y validar los aprendizajes.

- Relacionamiento con profesores, gerentes y pares en interacciones presenciales y virtuales.

- Kit de herramientas digitales para el desarrollo de negociaciones comerciales.

*8 créditos académicos que podrán ser validados por quienes sean admitidos en la especialización Icesi de Ventas.*

# ¿QUIÉN RESPALDA?

**Icesi**, universidad fundada hace 42 años con el respaldo del sector empresarial del Valle del Cauca en Colombia. Reconocida por la excelencia en la formación de sus egresados, por su tradición y liderazgo en el campo de la gestión de empresas, por la creciente visibilidad de sus resultados de investigación y por el impacto positivo de su interacción con la región y el país. **Icesi** ha logrado el reconocimiento de la calidad de su formación mediante acreditaciones nacionales e internacionales, entre las que se destacan la Acreditación Institucional de Alta Calidad que otorga el Ministerio de Educación de Colombia y la Acreditación AACSB, que certifica las mejores escuelas de negocio del mundo.

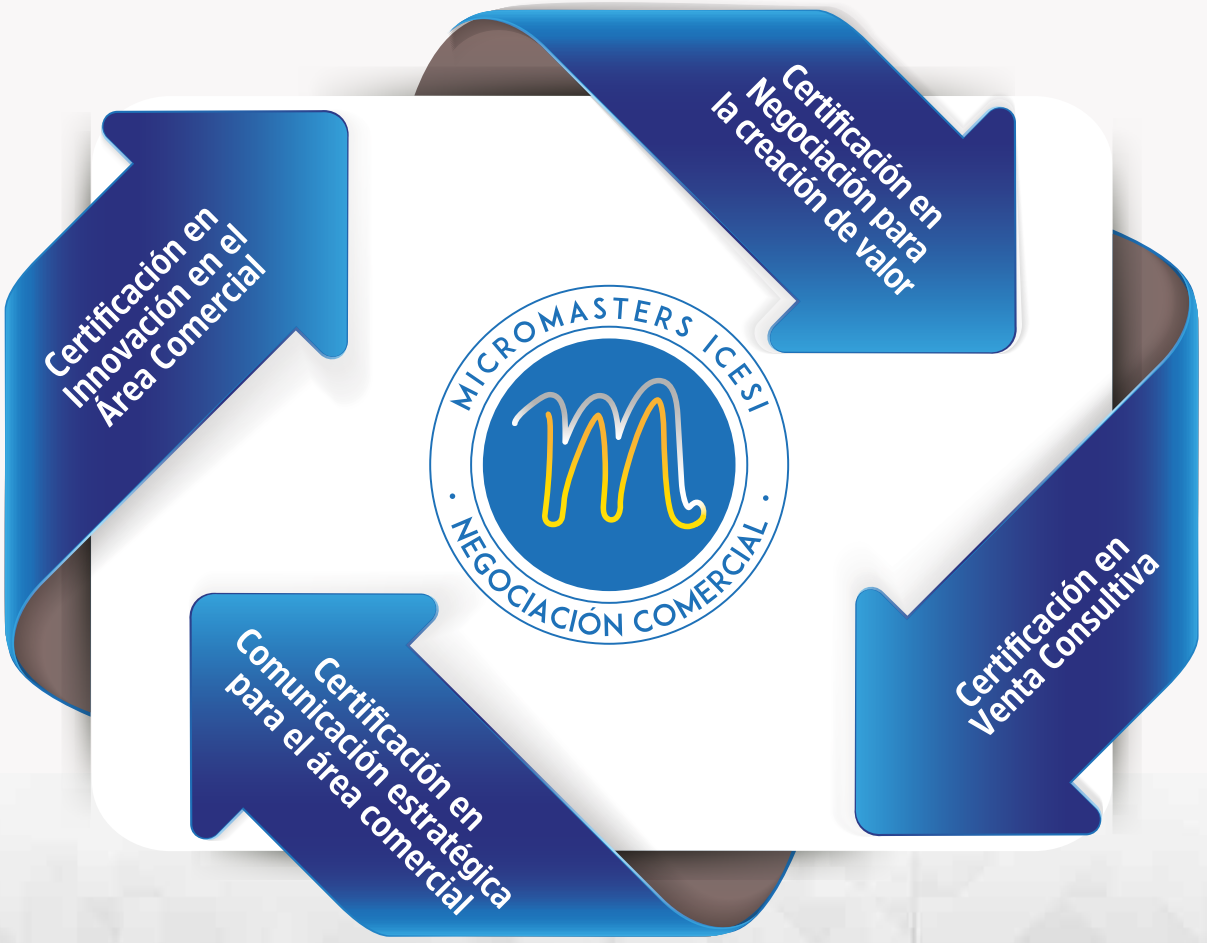
UNIVERSIDAD ICESI

AACSB ACCREDITED

# ¿CÓMO ES LA ESTRUCTURA?

Nuestro programa está compuesto por 4 certificaciones, las cuales se deben aprobar para obtener el Micromaster. También existe la posibilidad de tomar una o más certificaciones sin hacer todo el programa.

Cada certificación tiene una duración de 7 semanas con dos clases por semana. En las primeras 6 semanas, las clases se desarrollarán en formato online en vivo y en la semana 7 se llevará a cabo el laboratorio presencial (LAB), en el campus de la Universidad Icesi, en Cali.



CERTIFICACIÓN

UNIVERSIDAD ICESI

# NEGOCIACIÓN PARA LA CREACIÓN DE VALOR

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

La negociación es una herramienta fundamental para la formación y el mantenimiento de relaciones comerciales de largo plazo. Una buena fundamentación en negociación y un correcto entrenamiento en sus técnicas, permite lograr acuerdos que satisfagan los intereses de las partes involucradas y que generen valor a las mismas.

En esta certificación se desarrollarán las habilidades necesarias para usar estrategias cooperativas y competitivas que generen acuerdos que enriquezcan las relaciones y que generen crecimiento para las partes.

Las habilidades adquiridas le permitirán al participante no sólo lograr mejores desempeños a nivel comercial, sino mantener relaciones sólidas con sus clientes y proveedores; y en general con los grupos de interés en su trabajo.

## APRENDERÁS A:

Aplicar los elementos conceptuales que fundamentan la negociación como un proceso estratégico.

Realizar negociaciones utilizando estrategias para reclamar o crear valor.

Participar en equipos negociadores alineando la estrategia de acuerdo a las habilidades de sus miembros.

Utilizar los diferentes enfoques de intereses, derecho y poder para el manejo de negociaciones en situaciones difíciles.

# CONTENIDO

## Semana 1:

### Negociaciones por principios y estrategias para negociaciones comerciales

- Preparación de la negociación.
- Los cuatro principios de negociación: personas, intereses, opciones y criterios.
- Elementos de negociación.

## Semana 2:

### Negociaciones transaccionales y estrategias para reclamar valor

- Tipos de negociación: Distributiva e integrativa.
- Características de las negociaciones distributivas.
- Estrategias para reclamar valor.

## Semana 3:

### Negociaciones integrativas y estrategias para crear valor

- Características de las negociaciones integrativas.
- Estrategias para crear valor.
- Manejo de la negociación por tipos de asuntos.

## Semana 4:

**Estrategias para el manejo de equipos negociadores.**

- Características de las negociaciones en equipos.
- Roles en un equipo negociador.
- Estrategias de manejo de equipos negociadores.

## Semana 5:

**Negociación en situaciones de crisis.**

- Características de la situación de crisis.
- Enfoques para el manejo de crisis.
- Las emociones en la negociación.

## Semana 6:

**Perfil negociador**

- Habilidades del negociador efectivo.
- Estilos de negociación.
- Características culturales del perfil negociador.

## Semana 7:

**LAB: Simulación de dilemas sociales - competir versus cooperar.**

- El modelo de reloj en la negociación.
- Dilemas sociales: competir o cooperar.
- Construcción de confianza para incentivar la cooperación.

# PROFESORA PRINCIPAL

## María Isabel Orduz

Consultora en las áreas de negociación, manejo de conflictos y equipos efectivos, atendiendo clientes como el Ministerio de Relaciones exteriores, Ecopetrol y Accenture.

Trabajó en cargos gerenciales en empresas como Telefónica y British Telecom. A lo largo de su carrera ha entrenado equipos negociadores del sector público y privado.

Ingeniería Electrónica de la Universidad Javeriana y MBA de la Universidad de los Andes. Profesora de posgrados y educación ejecutiva en la Universidad Icesi y de los Andes.

# PROFESOR INVITADO

## Diego Fernando Vallejo

Ejecutivo de alta dirección con experiencia de más de veinte años en el rol de líder estratégico en la dirección de unidades de negocios, operaciones y desarrollo corporativo en empresas como Citibank, Suratep y Estilo Ingeniería.

Consultor y docente en las áreas de Negociación, Liderazgo y trabajo en equipo, Gerencia estratégica y Cultura y transformación organizacional en empresas como Tigo, Mapfre y Merck. Miembro y asesor juntas directivas.

Administrador de Empresas, Magister en Construcción de Paz con énfasis en negociaciones, Especialización en Gerencia de Negocios y Especialización en Negociación.

CERTIFICACIÓN
UNIVERSIDAD ICESI

# VENTAS CONSULTIVAS

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

El enfoque de la venta tradicional en el producto y sus atributos hacen que el esfuerzo, en el proceso comercial, se centre en sus beneficios, y pierda de vista la comprensión de las necesidades del cliente para generar una solución que perdure en el tiempo. Por ello, la venta consultiva ha surgido con fuerza para posicionarse como el mejor proceso para grandes resultados comerciales y de venta. Acá el vendedor actúa desde dos miradas: la de consultor/asesor y la de vendedor, integrando habilidades en todas las etapas del proceso comercial que permitan crear relaciones de largo plazo.

Una persona que conoce y apropia dichas habilidades de la venta consultiva es capaz de influir y persuadir en cualquier industria y a todo tipo de clientes o prospectos, generando confianza para la toma de decisiones.

## APRENDERÁS A:

Entender y reconocer las necesidades emocionales y físicas de un cliente, y traducirlas en ofertas de valor con sus productos o servicios.

Utilizar un proceso de prospección y pronóstico efectivo para la venta consultiva.

Hacer una gestión efectiva del manejo de objeciones eligiendo diferentes tipos de cierre según la necesidad y momento del cliente.

Facilitar el cierre final de la venta, generando un proceso comercial persuasivo y natural mucho más efectivo.

Generar una interacción más estrecha con prospectos y clientes, posicionándose en su mente para incrementar los niveles de fidelización y recompra.

# CONTENIDO

## Semana 1:

**Principios de la venta consultiva.**

- Preparación para el proceso comercial
- Creación de relaciones de largo plazo
- Jerarquía de necesidades humanas en el cliente
- Habilidades de Indagación y verificación

## Semana 2:

**Segmentación y prospección de clientes.**

- Definición del Mercado y perfil psicológico del cliente
- Construcción del Mensaje (Pitch de venta) según las etapas del proceso de venta
- Determinación de Fuentes y medios para la prospección
- Calificación y segmentación de prospectos y clientes

## Semana 3:

**Proceso AIDA para la influencia en la toma de decisiones.**

- Proceso lógico para toma de decisiones
- Estrategias para generar atención
- Técnicas para activar el interés y el deseo.
- Esquemas de cierre para llevar a la acción.

## Semana 4:

### Elaboración de propuestas y cierre.

- Autoliderazgo y gestión parapresentaciones efectivas
- Elementos persuasivos de una gran propuesta.
- Fases de una propuesta efectiva
- Tipos de cierre durante la presentación de propuestas.

## Semana 5:

### Manejo de objeciones y tipos de cierre.

- Preparación y sintonía para el manejo de objeciones.
- Técnicas de exploración y priorización.
- Principales tipos de objeciones y su manejo desde la persuasión

## Semana 6:

### Fidelización de clientes

- La nueva economía de la experiencia para fidelizar clientes
- Técnicas de seguimiento y monitoreo
- Estrategias de retención

  Canales de comunicación

## Semana 7:

### Clínica de Ventas Consultivas

- Role Plays para las diferentes etapas del proceso comercial:
  - Etapa de prospeccción
  - Etapa de presentación de propuestas
  - Etapa de cierre y manejo de objeciones.

# PROFESORA PRINCIPAL

## Margarita Vega

Consultora en programas de venta consultiva para la creación de ofertas de valor en empresas como: Bancolombia, Constructora Colpatria, Cámara de Comercio de Bogotá, Baterías Willard, Universidad del Norte, Abbot LaFrancol, Comfandi, entre otras.

Se ha desempeñado como asesora y entrenadora de programas de desarrollo de habilidades humanas, administrativas y gerenciales para el liderazgo y la venta consultiva, con grupos e individuos en Colombia, Estados Unidos, México y Ecuador.

Profesora de la Especialización en Ventas de la Universidad Icesi. Economista, Especialista en Gestión de Proyectos, Magister en Administración de Negocios (UNAB en Convenio con el Tecnológico de Monterrey); certificaciones en Liderazgo y Desarrollo Organizacional y Coaching.

# PROFESOR INVITADO

## Alejandro Parrado

Asesor, conferencista y entrenador corporativo con más de 15 años de experiencia en formación comercial de venta consultiva, procesos de clima organizacional, alto desempeño y liderazgo en empresas como Bancolombia, Cámara de Comercio de Bogotá, Abbot, Constructora Colpatria, GHL, Claro, LAN, entre otras.

Socio Fundador de la Firma TARTARUS Life & Corporate Training, para la consultoría empresarial, con más 12.000 personas formadas en talleres grupales, entrenamientos y sesiones individuales en Colombia, México, Costa Rica, Ecuador, Panamá, Perú y Estados Unidos.

Profesional en Finanzas y Relaciones Internacionales, trabajó por más de 10 años desempeñando cargos de Gerencia de Mercadeo y Venta de equipos en industrias del sector de servicios, financiero, retail, y consumo masivo.

CERTIFICACIÓN

UNIVERSIDAD ICESI

# COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL ÁREA COMERCIAL

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

La comunicación enfocada en la venta/negociación (VN) precisa del diseño de una estrategia comunicativa, que reúna cualidades de consistencia, empatía y efectividad y una estrategia argumentativa, que permita armonizar las tres dimensiones de la argumentación: la racional (logos), la moral (ethos) y la emocional (pathos).

Esta certificación propone al participante situaciones reales que permiten el reconocimiento de las distintas dinámicas orales en el proceso de la VN, y lo dota de una batería de herramientas de la lingüística, la comunicación y la dramática que puede usar para generar mayor impacto entre los auditorios reales y potenciales. Adicionalmente, esta certificación entrena en el uso de modelos útiles para configurar un proceso argumentativo que lo lleven a analizar, identificar, evitar desvíos argumentativos y, finalmente, a persuadir efectivamente para el logro de una VN exitosa.

La unión de las estrategias de comunicación y argumentación, que definimos como Comunicación Persuasiva– conduce a la adopción de posturas personales que sean respuestas claras y eficaces a las necesidades y contextos de la VN, a la capacidad de interpretar los intereses de cada auditorio y de adecuar contexto, situación y mensaje permitiendo que entre en juego el ethos personal.

## APRENDERÁS A:

Desarrollar la competencia argumentativa mediante la puesta en práctica de estrategias comunicativas de venta y negociación que sean eficaces y convincentes.

Diseñar estrategias comunicativas que te permitan mejorar la efectividad del proceso de negociación comercial.

Interpretar los componentes éticos y socioemocionales de la comunicación para optimizar el proceso de venta y negociación.

# CONTENIDO

## Semanas 1 y 2:

### Argumentación y VN

- La argumentación dentro del proceso de VN.
- El análisis lógico dentro de la VN.
- Un enfoque pragmático de la VN.

## Semanas 3 y 4:

### Comunicación y VN

- Situaciones comunicativas en el proceso de VN.
- Los lenguajes en el proceso de VN.
- La visita como acto comunicativo en la VN.

## Semanas 5 y 6:

### Ética y VN

- La buena práctica y los principios éticos de la VN.
- La dimensión socioemocional de la buena práctica de VN.

## Semana 7:

### LAB – Práctica de comunicación

En esta semana los estudiantes pondrán en práctica lo aprendido en un laboratorio de Comunicación.

# PROFESOR PRINCIPAL

## Hoover Alfonso Delgado

Actualmente es Jefe de Departamento de Lenguaje de la Universidad Icesi. Su línea de investigación se sitúa en los campos de los Estudios literarios, La Memoria Histórica y los estudios del Lenguaje y la cultura. Lidera las investigaciones de aula sobre el desarrollo de las competencias de lenguaje en la Universidad Icesi que han dado origen al Programa LEO y a la creación del Modelo de Oralidad de Icesi, proyectos que son transversales dentro de la formación de los programas de pregrado, postgrado y educación ejecutiva de la Universidad. Consultor en diferentes organizaciones nacionales y multinacionales, en el área de comunicación.

Doctor en Literatura por la Universidad Tecnológica (Pereira) y la UBA (Buenos Aires). Maestro en Literatura Colombiana y Latinoamericana (Universidad del Valle). Es especialista en Prácticas Audiovisuales (Universidad del Valle) y licenciado en Literatura e Idiomas (Universidad Santiago de Cali). Tiene estudios complementarios de Artes Dramáticas y Música.

# PROFESOR INVITADO

## Natalia Giraldo

En el área corporativa tiene experiencia liderando actividades relacionadas con la comunicación gerencial y organizacional, creación de planes estratégicos de comunicación, producción de eventos y servicio al cliente. Actualmente es consultora en el diseño de estrategias de comunicaciones integradas al mercadeo.

Lidera una investigación acerca de los usos y representaciones de la comunicación oral en las organizaciones y coordina el área de Oralidad del Departamento de Lenguaje de la Universidad Icesi. Tiene a cargo cursos relacionados con comunicación oral, comunicaciones gerenciales y comunicación efectiva en el aula, a nivel de pregrado y posgrado.

Comunicadora Social y Periodista; Especialista en Administración y Magister en Administración de Negocios (MBA), con énfasis en Mercadeo.

# INNOVACIÓN EN EL ÁREA COMERCIAL

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

Los nuevos desafíos en la economía y la manera acelerada en la cual evolucionan los negocios, han hecho que las compañías desarrollen nuevas metodologías y estrategias para poder entender y llegar con los mejores productos, servicios y estrategias, desde las diferentes áreas de la organización. Innovación significa desarrollar nuevas ideas para un uso productivo, en el sentido más general de la palabra, o como algunos definen la Innovación como la comercialmente producción exitosa de ideas.

Las áreas comerciales necesitan de personas entrenadas en entender las necesidades, puntos de dolor y oportunidades de sus clientes, con el fin de apoyar a la organización en la construcción de soluciones innovadoras relacionadas con las áreas de ventas y de abastecimiento. El participante de esta certificación aprenderá a aplicar la metodología del Design Thinking para la generación de propuestas comerciales innovadoras.

## APRENDERÁS A:

Aplicar la metodología de Design Thinking para innovar en el área comercial de la organización.

Desarrollar habilidades de empatía, observación, tolerancia a la incertidumbre y pensamiento crítico con el fin de buscar oportunidades y desarrollar soluciones.

Iterar conceptos que agreguen valor a las propuestas comerciales.

# CONTENIDO

## Semana 1:

### Fundamentos de Innovación

- Qué es Innovación
- Diseño Centrado en las personas
- Cómo innovar dentro de la organización en las diferentes áreas.
- Casos exitosos de departamentos comerciales en Latinoamérica.
- Qué es Innovación
- Diseño Centrado en las personas
- Cómo innovar en servicios

## Semana 2:

### Etnografía y definición de problemas

- Las ciencias sociales dentro de la innovación
- Metodologías de levantamiento de información primaria
- Comportamiento humano

## Semana 3:

### LAB: Salida a campo – descripción del laboratorio

En equipos, se pondrán en práctica los conocimientos adquiridos durante el módulo, mediante interacciones con personas alrededor de la problemática.

Se diseñarán unas guías/protocolos con el fin de encontrar hallazgos mediante técnicas provenientes de las ciencias sociales.

## Semana 4:

### Ideación y co-creación

- Divergencia y Convergencia.
- Técnicas de ideación.
- Iteración de soluciones.

## Semana 5:

### Conceptualización de soluciones

- Cómo tangibilizar las soluciones.
- Prototipado rápido.
- Prototipando servicios.

## Semana 6:

### Journey y Blueprint de servicios

- Journey as is y To Be.
- El Blueprint en el diseño de servicios.

## Semana 7:

### Visualización y presentación de resultados

- El Pipeline para accionar las soluciones.
- Storytelling y presentación de resultados.

# PROFESOR PRINCIPAL

## Álvaro Enrique Díaz S.

Durante 10 años, fue director y socio de la firma consultora de innovación INSITUM Colombia, que posteriormente fue adquirida por Accenture, donde fue director de la oficina de Fjord Colombia, consultora de innovación que hace parte de Accenture.

Tiene más de 20 años de experiencia liderando investigaciones de diseño con el fin de innovar en servicios, productos y estrategias. Actualmente es socio de Lakuna Studio, firma consultora dedicada a la innovación organizacional, procesos de transformación de negocio y apalancamiento estratégico de datos.

Magister en Diseño de la Universidad de Montreal y Diseñador Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana, además de un recorrido académico en la Domus Academy en Milán y la Universidad de los Andes. Es profesor de posgrado en diferentes universidades nacionales e internacionales.

# PROFESOR INVITADO

## Carolina Leyva

Diseñadora estratégica apasionada por la innovación y el diseño centrado en las personas. Se ha desempeñado como Gerente de Operaciones en INSITUM, Craft Director en Fjord y actualmente es Design Manager para Nubank Colombia.

Tiene experiencia liderando equipos en el desarrollo de proyectos de innovación organizacional, desarrollo de productos y servicios, e innovación a nivel local y regional para diversas industrias.

Tiene experiencia en innovación estratégica de diseño para organizaciones públicas y privadas en Colombia, Estados Unidos y Omán.

Maestría en Diseño con énfasis en empatía e investigación estratégica de la Universidad de Cincinnati. Diseñadora Industrial de la Universidad Javeriana de Colombia.

# PROGRAMACIÓN

La programación para cada certificación es:

**Semana 1 a 6 clases online en vivo**
Miércoles de 6:00 a 9:00 p.m.
Sábado de 9:00 a 12:00 m.

**Semana 7 clases presenciales (LAB)**
Viernes de 6:00 a 9:00 p.m.
Sábado de 9:00 a 1:00 p.m.

UNIVERSIDAD ICESI | A OTRO NIVEL | Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**Informes:**

Universidad Icesi

**Whatsapp: 311 716 97 05**

***www.icesi.edu.co***

Cali-Colombia

CEC Consultoría y Educación Continua