

CCL

CÁMARA
DE COMERCIO
LIMA

Educación ejecutiva



DIPLOMADO EN

Gerencia Comercial

+30
AÑOS
CAPACITANDO



Certifica la Cámara de Comercio de Lima

INTRODUCCIÓN

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 comerciales
- Emprendedores que buscan escalar sus negocios
- Profesionales de marketing interesados en estrategias de ventas
- Ejecutivos que desean actualizarse en tendencias comerciales globales

DIRIGIDO A

- 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

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 success
- 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

CRONOGRAMA

MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3	MÓDULO 4	MÓDULO 5
Enrique Mesias	Eliana Galvez	Andrés Calvo	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 Sábado, 22 feb	Sesión 7 Sábado, 15 mar	Sesión 13 Sábado, 05 abr	Sesión 19 Sábado, 03 may	Sesión 25 Sábado, 24 may
Sesión 2 Domingo, 23 feb	Sesión 8 Domingo, 16 mar	Sesión 14 Domingo, 06 abr	Sesión 20 Domingo, 04 may	Sesión 26 Domingo, 25 may
Sesión 3 Sábado, 01 mar	Sesión 9 Sábado, 22 mar	Sesión 15 Sábado, 12 abr	Sesión 21 Sábado, 10 may	Sesión 27 Sábado, 31 may
Sesión 4 Domingo, 02 mar	Sesión 10 Domingo, 23 mar	Sesión 16 Domingo, 13 abr	Sesión 22 Domingo, 11 may	Sesión 28 Domingo, 01 jun
Sesión 5 Sábado, 08 mar	Sesión 11 Sábado, 29 mar	Sesión 17 Sábado, 26 abr	Sesión 23 Sábado, 17 may	Sesión 29 Sábado, 07 jun
Sesión 6 Domingo, 09 mar	Sesión 12 Domingo, 30 mar	Sesión 18 Domingo, 27 abr	Sesión 24 Domingo, 18 may	Sesión 30 Domingo, 08 jun

*Sábado 20 y domingo 21 de abril no habrá clases por semana santa.

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. Ha liderado equipos de más de 200 personas en 18 sedes. Experiencia docente y en gestión educativa superior universitaria por más de 15 años.

Eliana Gálvez

Gerente Comercial y de Marketing

MBA de Centrum Católica / Maastricht School of Management, Máster en Marketing por EADA Barcelona. Administradora de la Universidad del Pacífico. Experiencia como expositor-conferencista-docente en temas marketing, ventas, servicio al cliente, liderazgo, innovación, emprendimiento, dirección estratégica y calidad, para diversas instituciones educativas y empresas en el Perú.

Profesional con más de 18 años de experiencia en empresas nacionales y multinacionales además de Organizaciones sin fines de lucro como gerente de división, gerente comercial y director general. Consultora por más de 15 años realizando consultoría de negocios, planes de negocios y planes de marketing. Ha sido Gerente de División y Gerente Comercial y Marketing para empresas de hasta US\$800MM de facturación anual.

Andrés Calvo

Director Ejecutivo – POP Comunicaciones

Director Ejecutivo – POP Comunicaciones

Apasionado del marketing, la tecnología y la comunicación estratégica con una sólida formación en gestión de empresas, una maestría en comunicación estratégica de las organizaciones, otra en marketing y comunicaciones, así como especializaciones en marketing digital.

Fundador y director ejecutivo de POP Comunicaciones, con más de 15 años de experiencia en el rubro de marketing, comunicaciones y eventos, trabajando junto a líderes en sectores de educación, servicios, consumo masivo, entre otros. Productor y conductor del programa CCL Digital de la Cámara de Comercio de Lima.

Docente en reconocidas casas de estudio. Speaker en importantes eventos y conferencias en temas relacionados a marketing y comunicaciones.

Armando Nuñez

Gerente de Ventas en Maquisistema EAFC

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.

Magister en Administración Estratégica de Empresas de la PUCP, Master Internacional en Liderazgo de la Escuela de Alta Dirección y Administración EADA, España. Economista de la PUCP. Cuenta con estudios de posgrado en Gerencia de Ventas, Planeamiento Estratégico de Ventas y Trade Marketing.

Manuel Ramos

Especialista en atención al cliente

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.

Magíster en Administración de la Universidad ESAN y Certificado por Strativity Group en Customer Experience Management. Economista de la Universidad de Lima.

**INICIO:**

Sábado, 22 de febrero

FIN:

Domingo, 08 de junio

**FRECUENCIA:**

Sábados de 5:00 p.m. a 8:00 p.m.

Domingos de 9:00 a.m. a 12:00 p.m.

**DURACIÓN:**

120 horas académicas (45min. C/U)

**MODALIDAD:**

Online (sesiones en tiempo real)

**INVERSIÓN:**

Tarifa regular: S/ 3 100

Socio CCL: S/ 2 300

**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.

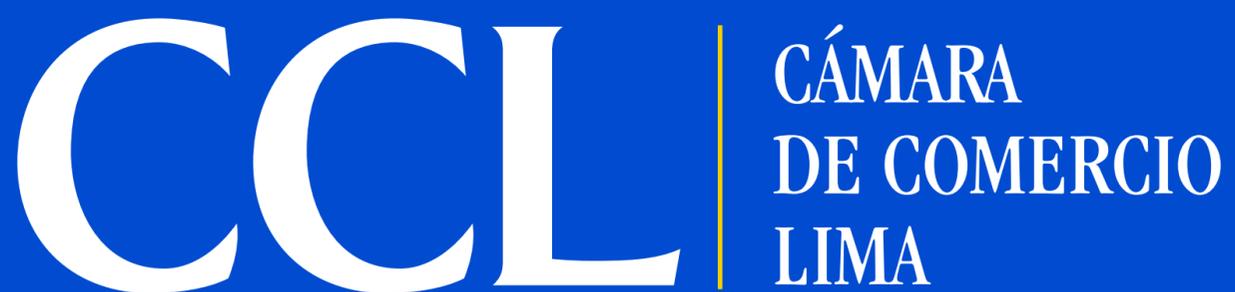
Preguntar por términos y condiciones.

• 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.**



| CONTÁCTANOS

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

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