

Gestión de Ventas Consultivas en la Era Digital

Estrategias y plan de acción para un proceso de venta exitoso



3, 5, 10 Y 12 DE JUNIO 2025

LIVE VIRTUAL 

Gestión de Ventas Consultivas en la Era Digital

El mayor desafío en la venta consultiva en la era digital es diferenciarse en un entorno saturado de información y automatización. Construir confianza a distancia, demostrar valor sin ser invasivo y adaptarse a compradores más informados y exigentes requiere habilidades estratégicas, comunicación efectiva y un enfoque consultivo genuino.

Este programa combina **marketing relacional, dirección de ventas y liderazgo** para mejorar la efectividad comercial en un entorno digital. A través de un enfoque consultivo, aprenderás a **priorizar clientes clave, personalizar tu propuesta de valor y generar confianza en cada interacción**, ya sea presencial o virtual. Además, explora cómo la digitalización y herramientas como la Inteligencia Artificial están transformando la relación con los clientes, permitiendo la diferenciación y asegurando la rentabilidad a largo plazo.



DIRIGIDO A:

Responsables de cuentas clave (KAM), líderes comerciales, coordinadores/as o jefes/as de equipos de ventas, especialistas o analistas en gestión comercial, y profesionales en roles ejecutivos de venta directa.



OBJETIVOS:

- Identificar y priorizar clientes estratégicos para maximizar oportunidades.
- Fortalecer y diferenciar la propuesta de valor.
- Desarrollar habilidades para generar confianza y ampliar la red de contactos.
- Mejorar la efectividad en interacciones presenciales y virtuales.
- Cómo la inteligencia artificial generativa apoya en las fases de la relación con clientes.
- Aplicar aprendizajes en un portafolio real y diseñar un plan de acción efectivo.

Programa Académico

SESIÓN 1

Los desafíos actuales en las ventas consultivas

- ¿Qué desafíos estoy enfrentando como vendedor/a?
- Formas de medir el éxito.
- Ejercicio portafolio de clientes: los/as participantes identificarán un cliente clave sobre el cual aplicar los contenidos del programa.
- Principales dilemas organizacionales e individuales en la venta consultiva.

Mis mejores clientes: ¿en quiénes debo focalizar mis esfuerzos?

- Criterios de segmentación y priorización de clientes: identificar nuestros “mejores” clientes actuales o potenciales.
- Crecimiento a largo plazo, rentabilidad a corto plazo y valor de un cliente.
- Captar, desarrollar o fidelizar: ¿qué es mejor?

SESIÓN 2

Las necesidades de mis clientes clave

- Ejercicio de escucha activa en diversos niveles.
- Preguntas poderosas: Modelos GROW y SPIN Selling, a lo largo del proceso de venta y relación.

Elementos de la propuesta de valor

- Los elementos claves del valor para el cliente, tangibles e intangibles.
- Omnicanalidad y foco en el cliente.
- Recomendaciones para una interacción virtual efectiva.

SESIÓN 3

Personas clave: establecer un networking que transforme las relaciones

- Redes más adecuadas para los distintos tipos de clientes.
- Identificación de las personas clave y el tipo de networking en función de los objetivos y de la fase de relación (captación, desarrollo o fidelización).
- Networking en mi propia compañía: desarrollar y proveer las propuestas de valor adecuadas.

Potenciar la confianza a largo plazo

- Los elementos clave de la generación de confianza: capacidad, autenticidad y empatía.
- Ejercicios de autorreflexión sobre cada uno de los tres elementos y cómo potenciarlos en los clientes clave.

SESIÓN 4

Cómo ser más efectivo/a en las diversas fases de la relación

- Cuestionario de autoevaluación: mis preferencias a la hora de interactuar con clientes.
- Cómo identificar nuestros puntos fuertes o áreas con potencial de desarrollo en las diversas fases de la relación con los clientes.
- Reflexionar sobre cómo la inteligencia artificial generativa puede ayudarnos en las diversas fases de la relación con clientes.

Plan de acción

- Sugerencias prácticas para un plan de acción pragmático y efectivo.
- Elaboración del plan de acción individual.
- Compartir el plan con otros participantes y refinarlo con sus comentarios.

Impartido por:

ENRIQUE ÁLVAREZ



- Doctor en Negocios por la Universidad de Barcelona. Ha realizado investigaciones sobre el impacto del comportamiento y las características de los vendedores en sus resultados comerciales. Además, cuenta con un MBA del IESE (Universidad de Navarra) y es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales.
- Con más de 20 años de experiencia, ha ocupado roles ejecutivos y de consultoría en empresas como Ernst & Young, Accenture, Telefónica, Banco Santander, Eli Lilly, Siemens y Alcatel, tanto en Europa como en América Latina. Fue Director de Desarrollo de la fuerza de ventas en Editorial Planeta Grandes Publicaciones, liderando la selección, formación y desarrollo de la principal red de venta directa en España.
- Especialista en marketing relacional, dirección de fuerzas de ventas y gestión del cambio, combina su experiencia empresarial con una destacada trayectoria docente en prestigiosas escuelas de negocios desde 2005.

Gestión de Ventas Consultivas en la Era Digital

Fechas: martes 3 - jueves 5 - martes 10 - jueves 12 **de junio 2025.**

Duración: 12 horas.

Modalidad: Live virtual.

Cierre de inscripciones: 26 de mayo 2025.

Horarios

PAÍS	Hora inicio y término	PAÍS	Hora inicio y término
CHILE - REPÚBLICA DOMINICANA	14:00 - 17:15	PERÚ - ECUADOR - COLOMBIA	13:00 - 16:15
ARGENTINA - BRASIL	15:00 - 18:15	COSTA RICA - MÉXICO	12:00 - 15:15

VALORES

780 USD PASE
INDIVIDUAL

700 USD PASE
CORPORATIVO
(MÁS DE 3 PERSONAS)