



GESTIÓN DE VENTAS CONSULTIVAS EN LA ERA DIGITAL

25 y 27 de julio, 1 y 3 de agosto 2023

LIVE VIRTUAL ●

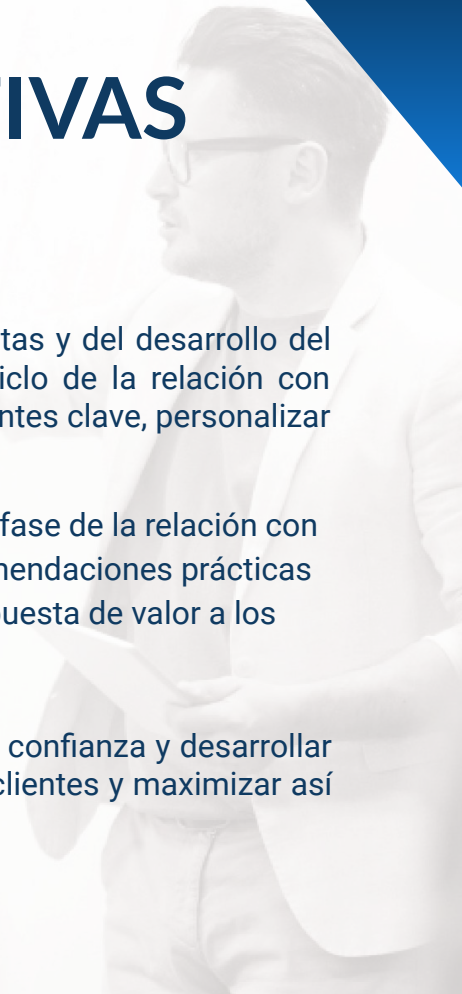
GESTIÓN DE VENTAS CONSULTIVAS

EN LA ERA DIGITAL

En este programa combinaremos elementos del marketing relacional, de la dirección de ventas y del desarrollo del liderazgo para mejorar la efectividad y los resultados comerciales a lo largo de todo el ciclo de la relación con nuestros clientes. El programa girará en torno a cuatro conceptos esenciales: priorizar los clientes clave, personalizar la propuesta de valor, alcanzar rentabilidad a largo plazo y generar confianza.

Se abordarán específicamente las ventas consultivas en la era digital, comparando, para cada fase de la relación con los clientes, en qué se diferencian las interacciones presenciales o virtuales, efectuando recomendaciones prácticas para ser más efectivos en estas últimas. Además, reflexionaremos sobre el impacto en la propuesta de valor a los clientes en el contexto actual de relaciones a distancia o híbridas.

La forma de hacer ventas cambia constantemente y ha sido radical en el último año. Generar confianza y desarrollar soluciones personalizadas se ha vuelto imprescindible para potenciar las relaciones con los clientes y maximizar así la rentabilidad a largo plazo.





DIRIGIDO A

Key Account Managers, gerentes/as comerciales, analistas de ventas, supervisores/as de equipos comerciales y/o ejecutivos/as de venta.

OBJETIVOS

- Identificar los criterios cuantitativos y cualitativos que determinan cuáles son nuestros clientes clave y dónde deberemos focalizar nuestros esfuerzos.
- Reflexionar sobre cuáles son los elementos más relevantes de nuestra propuesta de valor a los clientes.
- Desarrollar habilidades blandas para interactuar con los clientes de forma personalizada para entenderles, generar confianza, colaborar y mejorar el *networking*.
- Determinar cómo ser más efectivo al interactuar con los clientes en cualquier fase de la relación, ya sea presencial o virtualmente.
- Obtener aprendizajes prácticos, aplicando los aprendizajes de cada sesión a un portafolio de clientes o cliente clave real.
- Elaborar un plan de acción concreto aplicado a un cliente o portafolio.

CONTENIDOS - DÍA 1



SESIÓN 1: LOS DESAFÍOS ACTUALES EN LAS VENTAS CONSULTIVAS

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

SESIÓN 2: 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?

CONTENIDOS - DÍA 2



SESIÓN 3: 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 4: 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.

CONTENIDOS - DÍA 3

The background of the slide features a faded, high-angle photograph of a diverse group of business professionals in a meeting. They are seated around a table, looking at documents and laptops, engaged in collaborative work. The image is semi-transparent, allowing the text to be clearly visible.

SESIÓN 5: 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.

SESIÓN 6: 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.

CONTENIDOS - DÍA 4



SESIÓN 7: CÓMO SER MÁS EFECTIVO 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.

SESIÓN 8: 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

ENRIQUE ÁLVAREZ

Enrique es Doctor en Negocios por la Universidad de Barcelona, habiendo investigado sobre cómo el comportamiento y características de los vendedores influyen sobre sus resultados comerciales.

También es MBA por IESE (Universidad de Navarra) y Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona.

Enrique tiene más de 20 años de experiencia profesional combinando puestos ejecutivos y de consultor para diversas compañías como Ernst & Young, Accenture, Telefónica, Banco Santander, Eli Lilly, Siemens, Alcatel, entre otros, en Europa y América Latina.

Fue Director de Desarrollo de la Fuerza de Ventas de Editorial Planeta Grandes Publicaciones, responsabilizándose por la selección, formación y desarrollo de la red de venta directa líder en España.

Sus áreas de especialización han sido el Marketing Relacional, la Dirección de Fuerzas de Ventas y la Gestión del Cambio, tanto a nivel organizativo como individual. Enrique viene desarrollando su actividad docente en diversas Escuelas de Negocios líderes internacionales desde 2005.



PROGRAMAS IN-COMPANY

Nuestros programas In-Company se adaptan a las necesidades de desarrollo de personas y equipos pertenecientes a todas las áreas funcionales de la organización. Nuestra amplia red de consultores y speakers nos permite diseñar programas flexibles, en formato online y presencial, de acuerdo a las necesidades e intereses particulares de cada organización e industria.



25 y 27 de julio, 1 y 3 de agosto 2023

UF 16 PASE INDIVIDUAL

UF 14,5* PASE CORPORATIVO

*PRECIOS exentos de IVA
CONSULTA A TU EJECUTIVO/O DE VENTAS POR BENEFICIOS PARA GRUPOS DE MÁS DE 6 PERSONAS

CORPORATE SPONSOR:



Inspiring Your Full Potential