

CURSO SUPERIOR DE VENTAS

Desarrollador de negocios

Programa formativo

Espacio IDEA

Teléfono: +34 635 52 92 08

Correo electrónico: contacto@espacioidea.eu

Sitio web: www.espacioidea.eu

Título del programa _____

Horario	<ul style="list-style-type: none"> • 3 meses de duración - Martes, miércoles, jueves en horario de tarde (16h a 20h). Empezamos el 6 de febrero.
Duración	96h
Modalidad	Presencial / Online síncrono
A quién va dirigido	<ul style="list-style-type: none"> • Quienes tengan auténticos deseos de trabajar en una profesión sin fronteras • Personas del departamento de ventas que deseen mejorar. • Quienes tienen vocación de crear su propio puesto de trabajo.
Capacita para	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia y técnicas de ventas. • Desarrollo de negocio. • Gestión de relaciones con clientes. • Integración de ventas en la estrategia de negocios.

Índice de contenidos

Espacio IDEA.....	1
Título del programa.....	2
1. Introducción: Contexto y destinatarios.....	4
1.1 Presentación del programa	4
1.2 Análisis de la necesidad y justificación pedagógica.....	4
1.3 Población destinataria	5
1.4 Mapa conceptual	5
2. Objetivos y Métodos propuestos.....	5
2.1 Objetivos del programa	5
Principios rectores.....	5
Objetivos generales.....	6
2.2 Métodos de enseñanza a utilizar.....	6
3. Propuesta práctica	6
3.1 Fases del programa	6
Contenidos durante el curso.....	6
Tras la finalización del programa.....	9
3.2 Practitioners que participan como ponentes y colaboraciones	10

1. Introducción: Contexto y destinatarios

1.1 Presentación del programa

Este programa es el principio de una carrera profesional exitosa con empleabilidad de por vida.

Permite asegurar unos ingresos muy por encima de la media, lograr habilidades esenciales en ventas y desarrollo de negocios, e iniciar tu cadena de contactos para el futuro en el mundo de la venta.

1.2 Análisis de la necesidad y justificación pedagógica

"Sin clientes, no hay empresas. Y sin formación, no hay profesionales." Este axioma resuena con especial fuerza en el ámbito de las ventas, un área crítica para el éxito de cualquier negocio. La habilidad para vender no solo impulsa el crecimiento de la empresa, sino que también es esencial para la supervivencia en un mercado cada vez más competitivo.

A pesar de su importancia, muchos programas de formación en ventas no logran equipar a los profesionales con las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos actuales del mercado. Con frecuencia, la oferta formativa es fragmentaria, enfocándose en aspectos aislados del proceso de ventas y dejando a los participantes con una visión incompleta del panorama general. Esto lleva a una enseñanza que, aunque teóricamente válida, a menudo carece de relevancia práctica y actualidad, limitando la capacidad de los participantes para aplicar lo aprendido en situaciones reales y contemporáneas.

Además, se observa una tendencia a basar la formación en estudios de casos pasados, lo cual restringe la habilidad de los profesionales para abordar desafíos emergentes en ventas. Este enfoque limitado impide el desarrollo de competencias completas, entendidas como la unión entre conocimiento, práctica, actitudes y valores necesarios para ejecutar ventas con éxito en cualquier contexto. La personalización de la experiencia de aprendizaje y la actualización constante son fundamentales para cultivar estas competencias.

Nuestro programa de ventas se propone llenar estos vacíos. Está diseñado para ofrecer un aprendizaje holístico y contemporáneo, que vincula efectivamente teoría y práctica. A través de este programa, los participantes no solo adquirirán conocimientos fundamentales, sino también habilidades prácticas, actitudes proactivas y valores indispensables en el mundo de las ventas modernas. El objetivo es asegurar el desarrollo de competencias reales y aplicables, que permitan a los profesionales prosperar y contribuir significativamente al crecimiento de sus empresas en el entorno empresarial actual.

1.3 Población destinataria

Mayores de edad con al menos formación de grado universitario en cualquier disciplina o formación profesional de grado superior. Profesionales con al menos 5 años de experiencia.

1.4 Mapa conceptual

<p>Necesidad:</p> <p>Todo producto o servicio ha de ser vendido. Y toda empresa necesita comerciales.</p>	<p>Producto:</p> <p>Formación</p>
<p>Métodos:</p> <p>Teórico y práctico</p>	<p>Competencias:</p> <p>Organización, argumentación y comunicación.</p>

2. Objetivos y Métodos propuestos

2.1 Objetivos del programa

Principios rectores

Para la definición de objetivos de este curso se ha partido de los siguientes principios rectores:

1. Que el temario sea completo, abarcando todos los temas relacionados con la dirección de emprendimiento. Que, además, sea integral; es decir, potenciando el diverso abanico de habilidades necesarias.
2. Que se fomente un aprendizaje activo y experiencial, centrado en la generación de experiencias reales y valiosas, permitiendo a los participantes aplicar lo aprendido en contextos prácticos.
3. Que haya una personalización y relevancia en el contenido, adaptándolo a las necesidades específicas de cada participante y asegurando su aplicabilidad en sus contextos profesionales individuales.
4. Desarrollado por *practitioners*, garantizando enseñanzas actuales y basadas en la realidad.
5. Con contenidos de máxima calidad y metodologías sólidas a la vanguardia de la pedagogía.
6. Que se valide la consecución de resultados; es decir, se mida el grado de aprendizaje y la calidad de la enseñanza.
7. Que se promueva el crecimiento personal y profesional, proporcionando habilidades que mejoran el desempeño directivo y contribuyen al desarrollo integral del individuo.

Objetivos generales

Con el presente programa, se pretende que los participantes:

- Fomenten la confianza en sí mismos.
- Aprendan los elementos clave del proceso de venta.
- Sean capaces de implementar eficazmente los conocimientos.
- Gestionen adecuadamente la incertidumbre.
- Perfeccionen sus habilidades de comunicación y persuasión.
- Manejen objeciones y negocien con eficacia.

Objetivos específicos

Que los participantes:

- Encuentren empleo en el ámbito de las ventas.
- Mejoren su posición o eficiencia profesional.
- Sean capaces de aplicar estrategias de ventas adaptadas.
- Desarrollen la capacidad de identificar y responder efectivamente a las necesidades y expectativas de los clientes.

2.2 Métodos de enseñanza a utilizar

Metodología activa y participativa, para asegurar una experiencia de aprendizaje dinámica y efectiva:

1. **Visionado y análisis de videos:** Analizar los puntos clave del programa, tales como técnicas de venta exitosas y estrategias de negociación efectivas.
2. **Prácticas en aula:** Role-plays, actividades de grupo y discusiones dirigidas de situaciones reales de ventas y negociación. Análisis de experiencias. Definición de métodos y hábitos a practicar.
3. **Contactos directos con el mercado:** Oportunidad de interactuar directamente con profesionales y expertos del sector de ventas.

3. Propuesta práctica

3.1 Fases del programa

Contenidos durante el curso

Se propone un programa de 24 sesiones presenciales, con periodicidad 3 veces por semana, 4h de duración cada día, en horario de 16h a 20h. Se considera que 96h de programa es una duración adecuada para lograr suficiente nivel de desarrollo de capacidades como para que se sienta en el propio negocio que los participantes están desarrollando, van a llevar a cabo o del que forman parte.

En la tabla siguiente se listan los contenidos a tratar en cada sesión (columna 1), se describen a nivel general las actividades a realizar (columna 2), y se establecen

los métodos de recogida de información que se usarán para favorecer la personalización / adaptación del curso a las personas participantes (columna 3).

Sesión	Actividades prácticas y resultados a lograr (sujeto a adaptaciones)
<p>Inspiración en ventas Descubrir la motivación personal y profesional para impulsar el éxito en ventas.</p>	<p>Visualización de material audiovisual. Discusión en grupo, ejercicio de reflexión individual.</p>
<p>¿Qué es el marketing? Cómo el marketing influye en las percepciones y decisiones de compra del consumidor, destacando la importancia de la comunicación de marca y la adaptación a los cambios en el comportamiento del mercado. De las técnicas publicitarias tradicionales hasta las estrategias de marketing digital emergentes.</p>	<p>Visualización de material audiovisual. Sesión de lluvia de ideas post-visualización, donde los participantes relacionen los conceptos del documental con marcas conocidas.</p>
<p>¿Qué es el mercado? El marco legal. La competencia. La clientela. Nuestra empresa.</p>	<p>Visualización de material audiovisual. Discusión grupal para comparar y contrastar diferentes mercados con ejemplos locales.</p>
<p>Distribución Canales de venta: características, evolución histórica. Tendencias.</p>	<p>Visualización de material audiovisual. Ejercicio de role-play para simular una cadena de distribución, con reflexión posterior sobre los desafíos enfrentados.</p>
<p>Fundamentos de comunicación efectiva Aprender los principios básicos para una comunicación clara y efectiva. Comunicación cara a cara, vía digital, por teléfono, y con el grupo. Comunicación no verbal.</p>	<p>Visualización de material audiovisual. Ejercicios de comunicación, práctica de escucha activa.</p>
<p>Escucha activa y empatía en ventas Desarrollar habilidades de escucha y empatía para mejorar las relaciones con los clientes.</p>	<p>Visualización de material audiovisual. Role-playing, discusiones en grupo.</p>
<p>Introducción al proceso de ventas</p>	<p>Visualización de material audiovisual. Presentaciones, discusiones grupales.</p>

Explorar las etapas del proceso de ventas y su importancia.	
Conociendo a tu cliente Estrategias de captación de clientes Aprender métodos efectivos para identificar y captar nuevos clientes.	Visualización de material audiovisual. Análisis de perfiles de clientes, ejercicios de investigación. Desarrollo de un plan de acción para la captación de clientes, ejercicios prácticos sobre técnicas de prospección.
Argumentarios sobre cómo vender Persuasión y storytelling: utilizar el storytelling y la persuasión para captar y mantener el interés del cliente.	Visualización de material audiovisual. Taller de storytelling, ejercicios de persuasión.
Presentación de tu producto o servicio Técnicas efectivas para presentar productos o servicios.	Visualización de material audiovisual. Role-playing de presentaciones, talleres de técnicas de presentación.
Técnicas de cierre efectivas Aprender y practicar diferentes técnicas de cierre de ventas.	Visualización de material audiovisual. Simulaciones de cierre de ventas, análisis de técnicas.
Manejo de objeciones y comunicación asertiva Aprender técnicas para manejar objeciones y comunicarse asertivamente.	Visualización de material audiovisual. Simulaciones de manejo de objeciones, talleres de comunicación asertiva.
Ventas consultivas Venta consultiva, asesoramiento.	Visualización de material audiovisual. Simulaciones de ventas donde los participantes asesoran a los clientes en lugar de vender directamente.
Uso de CRM, fichas cliente, informe de actividad diaria y herramientas digitales en ventas Aprovechar las herramientas digitales y CRM para optimizar el proceso de ventas.	Visualización de material audiovisual. Capacitación en software de CRM, fichas clientes e informe de actividad diaria, ejercicios prácticos.
Inteligencia emocional en ventas Uso de la inteligencia emocional, empatía.	Visualización de material audiovisual. Ejercicios para identificar emociones propias y de los clientes, talleres sobre cómo la inteligencia emocional influye en el proceso de ventas.
Atención, quejas y reclamaciones	Visualización de material audiovisual. Discusión en pequeños grupos para analizar y compartir mejores prácticas en

Servicio pos-venta. Gestión integral del cliente: de la atención al servicio postventa.	la atención al cliente y el servicio posventa, basándose en los testimonios y ejemplos vistos en el material audiovisual
Análisis de casos reales y mejores prácticas Estudio de casos reales para identificar mejores prácticas en ventas.	Visualización de material audiovisual. Estudio de casos, discusiones grupales.
Fundamentos de la negociación Conceptos básicos y estrategias fundamentales de negociación.	Visualización de material audiovisual. Introducción a teorías de negociación, ejercicios de discusión.
Preparación y planificación en negociación Métodos efectivos para prepararse y planificar una negociación.	Visualización de material audiovisual. Talleres de preparación, role-playing.
Tácticas y estrategias de negociación Desarrollo de tácticas avanzadas y estrategias de negociación.	Visualización de material audiovisual. Simulaciones de negociación, análisis de tácticas.
Negociación y resolución de conflictos Enfrentar y resolver conflictos durante el proceso de negociación.	Visualización de material audiovisual. Ejercicios de resolución de conflictos, discusiones.
Repaso integral y resolución de dudas	Visualización de material audiovisual. Sesión de preguntas y respuestas, ejercicios de repaso en grupos pequeños.
Elaboración proyecto final de curso	Visualización de material audiovisual. Desarrollo de un proyecto final que integre los conceptos aprendidos, sesiones de trabajo en grupo o individuales con asesoría del practitioner.
Presentación de proyecto y discusión	Presentaciones finales de los proyectos por parte de los participantes, discusiones grupales y análisis crítico de los proyectos.

Tras la finalización del programa

Se ofrecerá asesoramiento y coaching individual a los participantes para asegurar la aplicación efectiva de los conocimientos adquiridos.

3.2 Practitioners que participan como ponentes y colaboraciones



Jesús García Sanchidrián como practitioner especializado en ventas, gestión comercial y marketing

Abogado y especialista en Gestión Comercial y Marketing. Ha sido profesor del Instituto de Empresa, en ESIC y en el Centro de Estudios Comerciales

Bartolomé López como practitioner especializado en investigación comercial y comercio exterior.

Licenciado en Económicas y Diplomado en Investigación Comercial y Comercio Exterior. Consultor en diferentes empresas en España y en Iberoamérica a cargo de departamentos internacionales.



Leandro Pérez como practitioner especializado en comercio.

Realizó estudios en ICADE. Actualmente es el Director Comercial de RISCO NEGRO y consultor y formador en temas de su especialidad.



La colaboración de **ABETAS** para los visionados de videos.