

CURSO INTENSIVO DE VENTAS

Programa formativo

Espacio IDEA

Teléfono: +34 915485163

Correo electrónico: contacto@espacioidea.eu

Sitio web: www.espacioidea.eu

Título del programa

Horario	<ul style="list-style-type: none"> • 4h diarias / 3 semanas • Primera semana: 4 días (martes, miércoles, jueves, viernes) • Segunda y tercera semana: 3 días (martes, miércoles, jueves) • Horario – 9:30h a 13:30h
Duración	40h
Modalidad	Presencial / Online síncrono
A quién va dirigido	<ul style="list-style-type: none"> • A todo aquel que se está iniciando en la profesión comercial y como desarrollador de negocios.
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. • Mejorar notablemente su comunicación.

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.....	4
1.4 Mapa conceptual.....	4
2. Objetivos y Métodos propuestos.....	5
2.1 Objetivos del programa	5
Principios rectores	5
Objetivos generales.....	5
2.2 Métodos de enseñanza a utilizar	6
3. Propuesta práctica.....	6
3.1 Fases del programa.....	6
Tras la finalización del programa	8
3.2 Practitioners que participan como ponentes y colaboraciones	8

1. Introducción: Contexto y destinatarios

1.1 Presentación del programa

Punto de partida ideal para aquellos que están dando sus primeros pasos en el sector comercial y de ventas.

Orientado a principiantes, el curso tiene como objetivo equiparte con habilidades fundamentales en ventas y desarrollo de negocios, esenciales para una carrera exitosa. Aprenderás no solo a generar ingresos significativos, sino también a construir una red de contactos sólida para tu futuro profesional. Te ofrecemos una introducción práctica y clara al dinamismo y las oportunidades del mundo de las ventas, sentando las bases para tu crecimiento y éxito en tu carrera.

1.2 Análisis de la necesidad y justificación pedagógica

En el dinámico mundo de las ventas, la formación es tan crucial como los clientes lo son para las empresas. Este principio es fundamental en nuestro programa, diseñado para aquellos que se inician en el sector. Vender impulsa el crecimiento empresarial y también es vital para sobrevivir en un mercado competitivo.

El curso aborda un desafío común en la formación de ventas: la falta de un enfoque integral y actualizado.

Está diseñado para cultivar el conocimiento y las habilidades prácticas, además de actitudes proactivas y valores esenciales para tener éxito en el actual entorno de ventas. Buscamos asegurar que nuestros participantes desarrollen competencias reales y aplicables, que les permitan no solo prosperar en sus carreras, sino también contribuir significativamente al crecimiento de sus empresas en el mercado actual.

1.3 Población destinataria

Mayores de edad con formación de grado universitario en cualquier disciplina, formación profesional de grado superior o experiencia profesional de empresa equivalente.

1.4 Mapa conceptual

<p>Necesidad: Los nuevos negocios necesitan ser bien dirigidos por personas adecuadamente capacitadas.</p>	<p>Producto: Formación</p>
<p>Métodos: Teórico y práctico</p>	<p>Competencias: 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 y práctico, asegurando que cubra todos los aspectos esenciales de ventas y desarrollo de negocios, combinando teoría sólida con aplicaciones prácticas.
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. Que la enseñanza sea impartida por practitioners, garantizando enseñanzas actuales y basadas en la realidad del mercado.
5. Que se utilicen contenidos de calidad y metodologías pedagógicas avanzadas, para ofrecer una experiencia educativa a la vanguardia de la enseñanza.
6. Que se implementen sistemas de evaluación para medir el aprendizaje y la efectividad de la enseñanza, asegurando resultados concretos y aplicables.
7. Que se reconozca la universalidad y el futuro asegurado de las habilidades de ventas, preparando a los participantes para un futuro profesional versátil en diversos sectores y mercados.
8. Que se promueva el crecimiento personal y profesional, proporcionando habilidades que mejoran el desempeño en ventas y contribuyen al desarrollo integral del individuo.

Objetivos generales

Con el presente programa, se pretende que los participantes:

1. Construir confianza básica en sus habilidades de venta.
2. Aprender los conceptos fundamentales del proceso de venta.
3. Aplicar de manera práctica y sencilla los conocimientos adquiridos en ventas.
4. Manejar situaciones de incertidumbre en ventas con estrategias básicas.
5. Desarrollar habilidades iniciales de comunicación y persuasión efectivas.
6. Comprender y responder a objeciones comunes.

Objetivos específicos

Que los participantes:

1. Facilitar su entrada en el mercado laboral del sector de ventas, proporcionando las competencias necesarias para obtener empleo en este campo.
2. Mejorar su eficacia y posición profesional a través de una sólida base en técnicas de venta.
3. Capacitarlos para aplicar estrategias de venta básicas y adaptativas adecuadas a diferentes situaciones y contextos.
4. Desarrollar habilidades para identificar y satisfacer efectivamente las necesidades y expectativas de los clientes, un aspecto crucial para el éxito en ventas.

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, 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

Fase pre-activa

5. Antes de iniciar el programa, el responsable del mismo debe:
6. Realizar un análisis de las necesidades y expectativas de los participantes.
7. Compartir esta información con el resto de formadores participantes en el curso.
8. Preparar materiales didácticos adaptados a los distintos estilos de aprendizaje.
9. Establecer canales de comunicación efectivos con los participantes para facilitar la interacción y resolver dudas previas al curso.

Fase de interacción

Se propone un programa de 10 sesiones presenciales/online síncrono, con periodicidad 4 veces la primera semana y 3 veces la segunda y tercera semana, a 4h de duración cada día, en horario de 9:30h a 13:30h. Se considera que 40h de programa es una duración adecuada para lograr suficiente nivel de desarrollo de capacidades como para que se sienta en su proceso de iniciación al sector.

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>Introducción al mundo de las ventas y marketing: Inspiración en ventas, marketing y su influencia, conocimiento del mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual. • Debate grupal para discutir cómo los conceptos se aplican en el mercado actual.
<p>Comunicación y empatía en ventas: Fundamentos de comunicación, escucha activa y desarrollo de empatía.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual. • Role-playing para practicar la escucha activa y la empatía.
<p>Proceso de venta en relación con el cliente: Introducción al proceso de ventas, conocimiento y captación de clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual. • Ejercicio de mapeo del proceso de ventas con casos hipotéticos.
<p>Persuasión y presentación de productos: Storytelling, técnicas de presentación de productos y servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual. • Presentaciones en grupo de productos/servicios ficticios.
<p>Técnicas de cierre y manejo de objeciones: Diversas técnicas de cierre y estrategias para manejar objeciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual. • Simulaciones de venta para practicar estas técnicas.
<p>Herramientas digitales en ventas: Uso de CRM y herramientas digitales para optimizar el proceso de ventas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual. • Ejercicios prácticos para familiarizarse con estas herramientas.
<p>Inteligencia emocional en ventas: Aplicación de la inteligencia emocional en las ventas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual.

	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de autoevaluación y reflexión sobre emociones en ventas.
<p>Gestión del servicio al cliente y posventa: Estrategias para un servicio al cliente efectivo y gestión del servicio posventa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual. • Role-playing en situaciones de servicio al cliente y posventa.
<p>Análisis de casos reales y mejores prácticas: Estudio de casos reales en ventas, discusión de estrategias exitosas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual. • Debates en grupos pequeños sobre las lecciones aprendidas.
<p>Integración y aplicación del aprendizaje: Proyecto final o actividad integradora, recapitulación y resolución de dudas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visionado de material audiovisual. • Proyecto final o presentación que integre todos los aprendizajes.

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.