

# ENTRENAMIENTO DE EQUIPOS COMERCIALES

*“Fortaleciendo las destrezas y herramientas para realizar la prospección, la calificación de prospectos y el seguimiento a las oportunidades”*

## DESCRIPCIÓN

Entrenamiento de equipos comerciales son programas prácticos para desarrollar habilidades y destrezas comerciales en los participantes, construido con talleres y contenidos a la medida de la realidad de la empresa y de la interacción que tiene su equipo comercial con sus clientes, enfocado a temas B2B, B2D y B2C.

## OBJETIVOS

- Crear una estructura y modelo de ventas propio, que permita estandarizar las etapas del proceso comercial.
- Brindar a las participantes herramientas que les permitan desarrollar de manera proactiva y asertiva su gestión comercial.
- Brindar herramientas técnicas y prácticas al líder para gestionar su equipo comercial.

## DIRIGIDO A:

- Principalmente a todos los integrantes del equipo comercial de la organización.
- Y en general a todas las personas que tengan contacto directo o indirecto con los clientes.

## BENEFICIOS

- Incrementar la productividad del equipo comercial de la organización, mediante el uso de embudos comerciales, tableros de indicadores y métricas para gestionarlo.
- Generar ventas sostenibles, responsables y rentables.
- Establecer relaciones de largo plazo con los clientes.

## METODOLOGÍA

- Mediante una fase de entendimiento de la dinámica de la compañía y de la industria en la que se mueve construir un modelo comercial propio para la organización.
- Talleres teóricos prácticos y ejercicios que reflejan la dinámica del día a día de la labor comercial.

## CONTENIDO

**CICLO 1:** Contextualización comercial

**CICLO 2:** Identificando oportunidades comerciales. Trabajando con autopistas de prospección y herramientas de la prospección moderna.

**CICLO 3:** Calificación de los prospectos mediante el BANT

**CICLO 4:** Proceso de planeación comercial

**CICLO 5:** Estructura y herramienta del proceso de conocimiento de cliente.

**CICLO 6:** Estandarización y construcción del embudo de ventas

**CICLO 7:** Modelo de indagación y mapa del conjunto difuso de decisores

**CICLO 8:** Ciclo del programa de actuación comercial

- Alistamiento
- Acercamiento
- Análisis del cliente
- Acerca del producto o servicio
- Administración de inquietudes
- Acuerdos
- Acompañamiento
- Autoevaluación

**CICLO 9:** Herramientas para la gestión de la venta consultiva

- Pipeline
- Mapa difuso de decisión
- Buyer persona
- Puntos de dolor
- Propuesta de valor
- Otras herramientas acordes a modelos B2B y B2C