



**PROGRAMA DE HERRAMIENTAS DE  
MEJORA COMERCIAL**

# SINOPSIS

✓	Introducción: el por qué del programa	3
✓	Estructura, objetivos y contenidos	5
✓	Profesorado	12
✓	Organización	14
✓	Precio y forma de pago	16

# INTRODUCCIÓN: EL POR QUÉ DEL PROGRAMA

No hay empresa sin ventas. La venta es el combustible que nuestra empresa necesita para mantenerse en marcha. Y en un entorno tan competitivo y cambiante como en el que nos encontramos, con clientes cada vez más informados y con acceso a una oferta cada vez más amplia, es imposible competir sin políticas y herramientas comerciales claras y bien definidas.

Para ayudar a las empresas integradas en Asemaco en este proceso, presentamos el PROGRAMA DE HERRAMIENTAS DE MEJORA COMERCIAL, un proceso formativo dirigido a los **miembros de los equipos de ventas** (desde gerentes y directores comerciales hasta los propios profesionales de la venta) con el que pretendemos, mejorar el rendimiento y los resultados comerciales de las compañías a través de:

- Diseñar una oferta atractiva y ajustada a las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.
- Manejar de forma más eficaz la información comercial como base para la planificación y la gestión.
- Mejorar el “cara a cara” con el cliente.
- Ser capaces, en suma, de ser percibidos por el cliente como su mejor opción, y traducir esta percepción en ventas y márgenes.



# ESTRUCTURA, OBJETIVOS Y CONTENIDOS

El programa se desarrolla a lo largo de 40 horas, estructuradas en 5 seminarios de 8 horas de duración cada una, en la que se tocarán las siguientes temáticas

- **CÓMO GESTIONAR LA CARTERA DE CLIENTES PARA MEJORAR LOS RESULTADOS COMERCIALES**
- **LA MEJORA DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE**
- **TÉCNICAS EFECTIVAS DE NEGOCIACIÓN**
- **TRATAMIENTO DE OBJECIONES Y CIERRE DE VENTAS**
- **TECNOLOGÍAS DATA PARA LA MEJORA DE LOS PROCESOS Y EL NEGOCIO**

# SEMINARIO 1: CÓMO GESTIONAR LA CARTERA DE CLIENTES PARA MEJORAR LOS RESULTADOS COMERCIALES

## OBJETIVOS:

- Conocer los conceptos y criterios básicos que permitan comprender el proceso de elaboración de un plan de cartera de clientes.
- Exponer vías de inteligencia de negocio y de gestión de clientes para desarrollar una línea de acción consecuente.
- Aportar cauces operativos para gestionar la cartera de clientes como un activo estratégico clave.
- Dotar de instrumentos concretos para optimizar la gestión CRM
- Reflexionar sobre la importancia de la planificación como herramienta de guía y contraste de actuación comercial.

## CONTENIDOS:

- Paradigmas comerciales: el valor de la información de clientes.
- Herramientas de análisis de la posición competitiva de la cartera de clientes de la empresa.
- De la venta por volumen a la venta de valor y su impacto en los objetivos comerciales.
- Retención, fidelización y reactivación de clientes.
- Como determinar el impacto que las distintas herramientas tienen en el desempeño comercial y en la Gestión CRM: mapa de clientes, matriz importancia/relación, previsiones comerciales de cuentas clave.
- Cuadro de Mando de efectividad comercial de la cartera de clientes.

## SEMINARIO 2: LA MEJORA DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

### OBJETIVOS:

- Identificar las características de un servicio de atención al cliente de calidad, y los comportamientos erróneos ante un cliente.
- Diferenciar los procesos de excelencia en el servicio, tanto en la atención al cliente externo como al cliente interno.
- Concienciar a los participantes de que la experiencia de cliente es un objetivo de equipo.

### CONTENIDOS:

- Introducción.
- Las bases de la excelencia en el servicio.
- Superamos las expectativas del cliente.
- Cliente interno y cliente externo: semejanzas y diferencias.
- De grupo a equipo.
- De equipo a equipo de alto rendimiento.
- Todos con un objetivo común: mejoramos la experiencia del cliente.

## SEMINARIO 3: TÉCNICAS EFECTIVAS DE NEGOCIACIÓN

### OBJETIVOS:

- Concienciar a los participantes de la importancia de la preparación en la negociación.
- Incidir en los aspectos claves, tanto en la preparación de la negociación, como en la post-negociación.
- Desarrollar un argumentario de contra objeciones a las objeciones habituales que nos plantean nuestros oponentes en la negociación.
- Mejorar su técnica de negociación.

### CONTENIDOS:

- Introducción.
- La planificación: anticipo del éxito.
- La buena preparación en la negociación.
- Método en negociación:
  - Rompemos el hielo: Definición de mandato; histórico de negociaciones; tipo de negociación; definición de horquillas
  - Detectando puntos de encuentro: El arte de preguntar. La ZOPA.
  - Generamos el punto de encuentro. Estilo de negociador. Argumentación, objeciones y contra objeciones. El bloqueo en negociación
- La obtención del compromiso: Soluciones de recambio. Cierre de negociación.

## SEMINARIO 4: TRATAMIENTO DE OBJECIONES Y CIERRE DE VENTAS

### OBJETIVOS:

- Identificar cuáles son las reclamaciones más habituales que plantean los clientes.
- Desarrollar un argumentario para contestar a las reclamaciones y objeciones.
- Convertir las objeciones y las reclamaciones en una oportunidad para vender más y fidelizar al cliente.
- Aportar a los participantes, técnicas de cierre de ventas adaptadas a su sector comercial.

### CONTENIDOS:

- Introducción.
- De la reclamación a la objeción.
- Tipos de objeciones
- Método para contestar a las objeciones.
- Convertimos la reclamación en una oportunidad de ventas.
- Técnicas de cierre basadas en las Neuroventas.

## SEMINARIO 5: TECNOLOGÍAS DATA PARA LA MEJORA DE LOS PROCESOS Y EL NEGOCIO

### OBJETIVOS:

- Introducir los conceptos, tecnologías y herramientas relacionadas con DATA y que pueden resultar de interés en empresas del entorno ASEMACO. En concreto, durante el seminario se presentarán tecnologías de IoT, Big Data, Inteligencia artificial y Machine Learning, o Blockchain
- Presentar y debatir casos de uso relacionados con mejora de procesos como la segmentación de clientes, el seguimiento de rutas y repartos, la previsión de la demanda en la cadena de suministros y otros aplicando tecnologías DATA.

### CONTENIDOS:

- Visión global de tecnologías vinculadas al Dato. Hacia empresas DATA DRIVEN: IoT, Business Intelligence, Big Data, Blockchain, ...
- Casos de uso: La aplicación inteligente de los datos a:
  - Negocio: Segmentación de clientes.
  - Logística: Analizar y pronosticar rutas y repartos.
  - Aprovisionamientos y gestión de compras
  - Marketing digital: recomendación de compra, reputación on line, ...
- Cambios en el sector fruto de la tecnología.
- Modelos de negocio con "datos": ¿cómo se pueden monetizar los datos de nuestros clientes? Posibles ejemplos y casos de uso en empresas de Asemaco.

# PROFESORADO



## José Manuel Fernández García

Licenciado en Informática y Máster en Dirección de Sistemas y Tecnologías de la Información por la Universidad Politécnica de Madrid. Diploma Directivo de la Xunta de Galicia por la EGAP. Ha recibido cursos de especialización en Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Internacional Menéndez Pelayo o la France Université Numerique. Ha desarrollado su carrera en el Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) como Técnico de Sistemas, Responsable de Diseño y Seguimiento de Procedimientos, y Subdirector de Desarrollo de Negocio. Profesor colaborador, entre otras, de las Universidades de Vigo y de Santiago de Compostela.

## Doroteo González Pastor

Licenciado en Ciencias Empresariales, Universidad de Valladolid. Máster en Marketing y Comunicación, IDE. Auditor IRCA para Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001. Ha sido Director General de NQA Global Assurance (NQA España), y del Grupo Hadas, Director de Comunicación en el American Supplier Institute (ASI), Ejecutivo de Ventas en Canon. Jefe de Ventas en Olivetti. Director Comercial y de Marketing en Infotelec. Actualmente es Socio Director IMD SOLUCIONES, consultora especializada en planificación estratégica y comercial. Consultor-Formador en IESIDE y ESIC, Business & Marketing School .



## Enrique Prieto Magán

Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad de Vigo. Experto en Aplicaciones Blockchain por la UNIR. Ha sido responsable de sistemas de información en Torvigo Suministros Industriales y en Pasum S.L. Desde 2006 es consultor freelance en sistemas de información, y coordinador técnico en Elige Plus Consultores. Socio Consejero de Fish World Track y Socio Fundador de Elige Inteligencia de Negocio. Profesor colaborador de IESIDE.

## Juan Carlos Vez Vázquez

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Santiago de Compostela, Executive MBA y Programa Executive en Dirección de Personas por IESIDE. Ha sido Jefe de Ventas División Food Service de Pescanova Alimentación S.A.; Director Comercial del Grupo Pescapuerta; Adjunto a la Dirección General y Director Comercial y Marketing del Grupo Presas; Director Comercial y Marketing de Rodman Polyships, S.A.U.; Adjunto a la Dirección General de Conservas Antonio Alonso, S.A. y Director General de Blu:Sens. En la actualidad es Socio Fundador - Director General de Ideas and Innovation for Business, representante de Scotwork España para Galicia, Asturias y León, y profesor del área de dirección comercial y marketing de IESIDE.



# ORGANIZACIÓN

- El programa tiene una duración total de **40 horas**.
- Se estructura en un total de **5 sesiones**, una sesión a la semana, de **8 horas de duración cada una**.
- El **horario** de sesiones será de **9:30 a 14:30 y 16:00 a 19:00**, incluyendo comida de grupo de 14:30 a 16:00.
- El programa se desarrollará de modo **presencial** en **Santiago de Compostela**, en instalaciones del Centro Social Abanca (Plaza de Cervantes)
- Será necesario que se reúna un grupo de **al menos 10 asistentes** para su puesta en marcha.
- Las fechas de impartición del programa serán las siguientes:

SESIONES	PROFESOR	HORAS	FECHAS
CÓMO GESTIONAR LA CARTERA DE CLIENTES PARA MEJORAR LOS RESULTADOS COMERCIALES	Doroteo González	8	21/04/2022
LA MEJORA DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE	Juan Carlos Vez	8	28/04/2022
TÉCNICAS EFECTIVAS DE NEGOCIACIÓN	Juan Carlos Vez	8	05/05/2022
TRATAMIENTO DE OBJECIONES Y CIERRE DE VENTAS	Doroteo González	8	12/05/2022
TECNOLOGÍAS DATA PARA LA MEJORA DE LOS PROCESOS Y EL NEGOCIO	Enrique Prieto / José Manuel Fernández	8	19/05/2022

# PRECIO Y FORMA DE PAGO

- El programa tiene un precio de **1.200 € por asistente**, precio especial para las empresas miembro de Asemaco. Al tratarse de una acción de formación, el importe está exento de IVA.
- Cada uno de los 5 seminarios que componen el programa podrán cursarse también de forma independiente, con un precio de **250 € por seminario**.
- Las **inscripciones** se realizarán exclusivamente a través de la web de IESIDE, en el enlace [www.ieside.edu/comercialasemaco22](http://www.ieside.edu/comercialasemaco22). El pago se abonará íntegramente en el momento de la matriculación.
- El programa es susceptible de **bonificación** vía **Fundae** (siempre que la empresa y el asistente cumplan los requisitos para ello). IESIDE podrá realizar las tareas de gestión de la bonificación; los honorarios por dichas gestiones ascenderán al 10% de la cantidad bonificada.

**IESIDE**

BUSINESS INSTITUTE

INSTITUTO DE  
EDUCACIÓN SUPERIOR  
INTERCONTINENTAL  
DE LA EMPRESA