

VENTAS B2B: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMERCIAL Y EMBUDO DE VENTAS



Vigilada Mineducación

Educación
Continuada



Mayores informes
Teléfonos: (605) 3500922
cec@uninorte.edu.co
www.uninorte.edu.co/web/educacion-continuada

Justificación

La relación comercial y la venta consultiva entre empresas ha cambiado en los últimos años: fortalecida en verdaderas soluciones, contacto más profundo, profesionalización del ejercicio, asimilación de la venta como un proceso, humanización de la negociación sin dejar de lado herramientas tecnológicas para su desarrollo, eso sí focalizados en la consecución del logro el anhelado cierre u obtención del negocio. Este curso nos ayudará a comprender los elementos y las herramientas que componen el embudo de ventas consultivo B2B y cómo encaja dentro del planteamiento estratégico comercial PEC de la empresa.

Metodología

- Time Space Learning: Lo que se construye de manera asincrónica es input para la sesión siguiente.
- Storytelling
- Tool Filling: llenado de herramientas.
- Trabajo participativo y colaborativo

Dirigido a:

Empresas con necesidad de elevar las competencias de los responsables del ejercicio comercial que tienen a su vez como cliente, empresas de diversos tamaños, mercados y estilos de negociación. Como responsables tendríamos a ejecutivos, vendedores, asesores comerciales, gerentes de cuenta y sus genéricos según nombre del cargo por compañía en particular como también los líderes de equipo, Gerentes, Jefes, Coordinadores.

Duración del programa

40 Horas [30 Horas sincrónicas, 10 Horas asincrónicas]

Modalidad

Remoto



Resultados de aprendizaje Contenido

- Estructurar un Plan Estratégico Comercial como lineamiento de articulación para la creación de un embudo de ventas acorde a la estrategia.

- Lograr visión estratégica de la función de ventas en la empresa con objeto de comprender la importancia de gestionar la venta para la obtención de negocios de largo plazo.

- Aumentar la efectividad comercial, construyendo y aplicando técnicas de ventas consultivas que permiten mayor conexión con el cliente B2B.

- Comprender la importancia de cada uno de los componentes del embudo de ventas B2B para su fabricación y posterior utilización frente al cliente, ya sea de manera presencial o virtual.

I. Entendiendo el Propósito (Objetivo Superior)

II. Realización del Diagnóstico (2 Matrices)

III .Etapa de comparación

IV. Plan Estratégico PEC

V. Comprensión general del embudo de ventas B2B

VI. Elementos del Antes del cara a cara con el cliente

VII. Elementos del cara a cara con el cliente (De la ambientación al cierre)

VIII. Elementos del Después del cara a cara con el cliente

Experto facilitador

MARIO LONDOÑO TRUJILLO:

Economista. Consultor empresarial con amplia experiencia en formación y desarrollo de personas dentro de temáticas de liderazgo, dirección, supervisión y ventas. Coach certificado del Washington Quality Group. Programa Advanced Management Program realizado con ESADE Madrid-España.