



## Curso Online de **La Digitalización del Departamento Comercial**

*Para conocer las principales herramientas, plataformas y estrategias de trabajo de ámbito digital y tecnológico que mejoren los objetivos marcados por la organización y ofrezcan un mayor valor a los clientes.*



**[e]**  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*



Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.com](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.com)  
[www.iniciativasempresariales.com](http://www.iniciativasempresariales.com)

# La Digitalización del Departamento Comercial

## Presentación

Todas las actividades que se desarrollan en una empresa son importantes, es más, necesitan funcionar correctamente y de forma ordenada, como los engranajes de una máquina con el fin de alcanzar los objetivos de la organización. Sin embargo, existe un área que es la punta de lanza de las empresas y que requiere de especial interés ya que es la encargada de aportar los ingresos a la entidad, y esa es el área comercial.

El objetivo de este curso es ayudar a los responsables de áreas comerciales a incrementar la productividad y rentabilidad de sus zonas de responsabilidad. Todo ello explicando y aplicando los principales ERPs y modelos digitales avanzados de gestión del mercado para poder ofrecer un servicio disruptivo adaptado al tamaño de cada organización.

Además, le permitirá desarrollar y conocer de primera mano todas aquellas tecnologías y herramientas digitales que están transformando la dirección comercial de las empresas más punteras con un objetivo claro, impulsar el crecimiento de los resultados, así como poder implantar y actualizar todas aquellas herramientas de gestión y tecnología que les permita marcar la diferencia en un mercado globalizado y con escasa diferenciación de productos y/o servicios.

## La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4 *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# La Digitalización del Departamento Comercial

## Objetivos del curso:

---

- Describir las principales herramientas digitales de gestión comercial.
- Proporcionar consejos y herramientas para destacar en su negocio y mejorar las estrategias de su área comercial y la productividad de su equipo.
- Conocer qué tecnologías podrá integrar para digitalizar y automatizar los procesos clave del área comercial.
- Conocer cómo diseñar planes comerciales digitales.
- Cómo podemos las áreas comerciales aportar valor al cliente dentro de un contexto digital. Cómo nos va a ayudar la transformación tecnológica a vender más y de forma más eficiente.
- Identificar las herramientas de productividad en ventas. Cómo escoger la que mejor se adapta a nuestra empresa.
- Describir las 9 habilidades digitales que nuestro equipo comercial tiene que desarrollar para tener éxito en la digitalización de la fuerza de ventas.
- Aprender a construir un proceso de diagnóstico que nos permita realizar las preguntas adecuadas para entender el problema de nuestros clientes y poder ayudarles así en su decisión de compra.
- Introducir el concepto de analista de ventas: qué es, cuáles son sus principales funciones...
- Conocer los 10 grandes retos de la transformación digital en un área comercial.

“ Conozca los elementos básicos a tener en cuenta a la hora de digitalizar el proceso comercial de una empresa así como las mejores herramientas y metodologías que le permitirán hacer la transición de forma más efectiva”

## Dirigido a:

---

Directores Comerciales, Directores de Ventas, Delegados de Zona, Jefes de Equipo, CEOs, CSO (Chief Sales Officer), Key Account Managers, Product Managers y Project Managers así como a todos aquellos Directivos y Responsables de Departamentos Comerciales que quieran conocer metodologías y herramientas para acometer la digitalización efectiva del departamento.

# La Digitalización del Departamento Comercial

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 80 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

10 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. El área comercial

4 horas

- 1.1. Su impacto en la empresa.
- 1.2. Su impacto en la economía.
- 1.3. El desarrollo de negocios actual.

### MÓDULO 2. Evolución del departamento comercial

4 horas

Las nuevas estrategias comerciales y de ventas han de adaptarse a las nuevas tecnologías y a los nuevos tipos de clientes si quieren seguir obteniendo resultados. Ya no se obtienen los mismos resultados con lo que antes funcionaba por lo que el futuro del departamento pasa por afrontar nuevos retos.

- 2.1. Un poco de historia.... evolución (pasado).
- 2.2. ¿En qué punto estamos? (presente).
- 2.3. El futuro del departamento comercial (futuro):
  - 2.3.1. Puntos clave del futuro del departamento de ventas.

### MÓDULO 3. La transformación digital en el área comercial

14 horas

La transformación digital permite a las empresas adaptarse a los cambios que se producen en el mercado para mejorar su competitividad. No sumarse a este proceso puede significar una pérdida de rentabilidad, de ahí la importancia de aplicar también la transformación digital al departamento comercial de la empresa.

- 3.1. Productividad digital:
  - 3.1.1. Herramientas para mejorar la productividad del equipo.
  - 3.1.2. La importancia de la digitalización para alcanzar los objetivos de productividad.
- 3.2. Conectividad digital:
  - 3.2.1. Herramientas de conectividad que se utilizan en las áreas comerciales de las principales empresas.

### 3.3. Metodologías organizativas:

- 3.3.1. Metodologías para organizar las operaciones y el equipo de ventas.
- 3.3.2. ¿Cuál es el proceso para implantarla?

### 3.4. Optimización de procesos.

### 3.5. Automatización:

- 3.5.1. El crecimiento de la automatización en las áreas comerciales.
- 3.5.2. Beneficios de la automatización de procesos comerciales.
- 3.5.3. 10 características de la automatización de procesos.
- 3.5.4. 10 ejemplos de automatización de procesos de negocio.
- 3.5.5. Herramientas de automatización de procesos de negocio.

## MÓDULO 4. Herramientas de gestión y análisis del departamento comercial

24 horas

El departamento comercial y de ventas es el más importante de todas las empresas y no hay que perderlo de vista jamás. Es por ello que existen herramientas de gestión comercial para sacar el máximo partido en tu día a día.

### 4.1. Herramientas de productividad en ventas:

- 4.1.1. Herramientas de productividad en ventas de leads e inteligencia de mercado.
- 4.1.2. Organización y workflows.
- 4.1.3. Herramientas de analítica y reportes.
- 4.1.4. Herramientas de encuestas.
- 4.1.5. Herramientas de comunicación para la productividad en ventas.
- 4.1.6. Más herramientas para la productividad en ventas.

### 4.2. CRM:

- 4.2.1. CRM: definición y conceptos.
- 4.2.2. ¿Qué hace un CRM?
- 4.2.3. ¿Por qué el CRM es importante y cuáles son sus beneficios?
- 4.2.4. Tipos de CRM.
- 4.2.5. CRM y ventas.
- 4.2.6. CRM y marketing.
- 4.2.7. CRM y la atención al cliente.
- 4.2.8. ¿Cuál es la diferencia entre CRM y ERP?
- 4.2.9. ¿Mi empresa necesita un CRM?
- 4.2.10. CRM e Inteligencia Artificial.
- 4.2.11. CRM y Blockchain.

### 4.3. ERPs.

## **4.4. Big Data:**

- 4.4.1. Los pilares del Big Data.
- 4.4.2. Las ventajas para el comercio electrónico/digital.

## **4.5. BI / BA (analítica de datos):**

- 4.5.1. Business Analytics (BA).
- 4.5.2. Business Intelligence (BI).
- 4.5.3. Diferencias entre BA y BI.
- 4.5.4. Implantación.
- 4.5.5. Tecnologías / Plataformas.

## **4.6. Marketing Digital:**

- 4.6.1. ¿Qué es el marketing digital?
- 4.6.2. Herramientas de marketing digital:
  - 4.6.2.1. SEO.
  - 4.6.2.2. SEM.
  - 4.6.2.3. Content Marketing.
  - 4.6.2.4. Social Media Marketing.
  - 4.6.2.5. Display Marketing.
  - 4.6.2.6. Marketing de afiliados.
  - 4.6.2.7. Email marketing.
- 4.6.3. Beneficios al departamento comercial.

## **4.7. Funnels de ventas:**

- 4.7.1. Etapas del proceso de ventas.
- 4.7.2. Planificación eficiente del funnel de ventas.
- 4.7.3. ¿Cómo hacer un funnel de ventas para mi negocio?
  - 4.7.3.1. Atraer (TOFU – Top of Funnel).
  - 4.7.3.2. Consecución de leads (MOFU – Middle of Funnel).
  - 4.7.3.3. Clientes (BOFU – Bottom of Funnel).
- 4.7.4. Ventajas del funnel o embudo de ventas.
- 4.7.5. Los mejores softwares para embudos de ventas.

## **4.8. Mail Marketing:**

- 4.8.1. ¿Qué beneficios tiene el e-mail marketing?
- 4.8.2. Tipos de emails.
- 4.8.3. ¿Cómo evitar caer en SPAM?
- 4.8.4. Herramientas del email marketing.

## **4.9. Cloud:**

- 4.9.1. Qué es cloud, cloud computing y cloud storage.
- 4.9.2. Ventajas del cloud computing para la empresa.

## MÓDULO 5. Estrategias en un mundo digital

8 horas

Crear una estrategia y plan de trabajo donde diferenciarse a través de la tecnología digital requiere contar con las capacidades, cultura e infraestructura adecuadas. Por ello, las áreas comerciales deben encontrar una estrategia escalable y evolutiva que les permita crecer de forma orgánica.

### 5.1. Estrategias en un mundo digital:

5.1.1. Diferenciarse a través de la tecnología digital.

### 5.2. Autodiagnóstico digital:

5.2.1. El diagnóstico y gestión del perfil de competencia digital en el departamento comercial.

5.2.2. ¿Qué son las competencias digitales?

5.2.3. Autodiagnóstico inicial de la competencia digital.

### 5.3. Control del tiempo y de gestión:

5.3.1. Trabajos administrativos.

5.3.2. Establecimiento de objetivos.

5.3.3. Herramientas de control y apoyo.

5.3.4. Informe diario, report.

5.3.5. Nota de gastos.

5.3.6. Informe mensual.

5.3.7. Las reuniones de trabajo.

5.3.8. Las tres claves para controlar la actividad comercial.

5.3.9. ¿Por qué el control de ventas es importante?

### 5.4. Preventa / venta / fidelización en el ámbito digital:

5.4.1. La importancia del ciclo de ventas.

5.4.2. El trío infalible: preventa, venta y posventa:

5.4.2.1. Preventa en un e-commerce, el momento para el amor a primera vista.

5.4.2.2. En la etapa de venta de una tienda online existen tres factores fundamentales.

5.4.2.3. Etapa de posventa: siga enamorando a su cliente.

## MÓDULO 6. Habilidades digitales

3 horas

Las nuevas tecnologías han propiciado la evolución del rol comercial y la aparición de nuevos puestos de trabajo relacionados con el mundo digital. Si queremos tener éxito en la transformación digital de nuestra fuerza de ventas, el desarrollo de las habilidades digitales de nuestros vendedores tiene que ser una de nuestras prioridades.

### 6.1. Habilidades digitales:

6.1.1. Qué es una habilidad.

# La Digitalización del Departamento Comercial

6.1.2. Cómo se desarrolla una habilidad.

6.1.3. Las habilidades digitales comerciales.

## 6.2. El consultor/asesor como marca (y embajador de la empresa):

6.2.1. Qué significa ser embajador de una marca.

6.2.2. La importancia del embajador de marca en el área comercial.

6.2.3. Cómo ser embajador de una marca.

6.2.4. Ventajas de contar con un embajador de marca.

6.2.5. Qué características debe tener un embajador de marca.

6.2.6. Cómo seleccionar a un buen comercial / embajador de marca.

## MÓDULO 7. Planificación comercial digital (a través de POWER BI)

4 horas

La planificación comercial es un proceso estratégico que se enfoca en la planeación de futuros escenarios de ingresos de ventas y costes. Esto la convierte en una herramienta de gran importancia para realizar el seguimiento de las ventas a través de comparaciones de escenarios reales con las diferentes estimaciones y escenarios planteados.

Contar en un departamento comercial con herramientas específicas como Power BI nos permitirá llevar a cabo proyectos y cuadros de mando adaptados a las necesidades de nuestros clientes para poder conocer en detalle las particularidades y necesidades de cada uno de ellos.

### 7.1. POWER BI.

### 7.2. Obtención de datos.

### 7.3. Análisis de datos:

7.3.1. Business Intelligence y análisis.

7.3.2. Fases en la analítica avanzada.

### 7.4. Interpretación de datos.

## MÓDULO 8. De vendedor a analista

6 horas

En este contexto es más que necesario que nuestros equipos comerciales muten hacia el perfil de analista que es la persona responsable de compilar y analizar toda la información sobre la acción comercial, así como de evaluar y predecir cuáles podrán ser las tendencias hacia donde se dirige el mercado.

### 8.1. El analista de ventas:

8.1.1. Responsabilidades del analista de negocios.

# La Digitalización del Departamento Comercial

- 8.1.2. Funciones principales.
- 8.1.3. Gestiones a realizar.
- 8.1.4. Perfil del analista de negocio.
- 8.2. Diagnóstico de clientes con metodologías ágiles:**
  - 8.2.1. Ventajas del Agile Project Management.
  - 8.2.2. Metodologías ágiles más utilizadas.
- 8.3. Las necesidades de tu cliente 5.0:**
  - 8.3.1. Ideas erróneas comunes sobre la experiencia del usuario digital.
  - 8.3.2. La gestión de la experiencia del cliente digital.
  - 8.3.3. Principales herramientas de gestión de clientes.
  - 8.3.4. Principales tendencias sobre el nuevo consumidor digital.

## MÓDULO 9. Inteligencia Comercial

8 horas

La Inteligencia Comercial es una práctica avanzada que nos permite ordenar, procesar y permitir un panel de control e indicadores que nos facilite el trabajo en el área de las ventas de los productos y servicios.

- 9.1. Canvas comercial:**
  - 9.1.1. Qué es el modelo Canvas.
  - 9.1.2. Para qué sirve.
  - 9.1.3. Los 9 elementos del modelo Canvas.
  - 9.1.4. Cómo hacer un modelo de negocio con el método Canvas.
- 9.2. Design Thinking Comercial:**
  - 9.2.1. Qué es el Design Thinking.
  - 9.2.2. El proceso Design Thinking.
  - 9.2.3. Herramientas.
- 9.3. Reingeniería comercial:**
  - 9.3.1. Reingeniería de procesos comerciales.

## MÓDULO 10. Conclusiones

1 hora

- 10.1. Conclusiones.
- 10.2. Implicaciones.
- 10.3. Los diez mandamientos de la transformación digital.

## MÓDULO 11. Caso práctico final

4 horas

# La Digitalización del Departamento Comercial

## Autor



### Antonio Ordóñez de la Rubia

MBA. Master en Dirección Comercial y de Marketing. Master en Customer Relations Management (CRM) con amplia experiencia en el desarrollo y el análisis de negocios utilizando herramientas de gestión avanzadas como CRMs y ERPs en múltiples sectores y en empresas tanto de ámbito nacional como internacional.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

