



# SALES

## Curso Online de **Estrategias de Reactivación Comercial y Ventas**

*Estrategias comerciales y de ventas para enfrentarse a las nuevas demandas y tendencias del mercado y aprovechar al máximo las oportunidades existentes.*



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



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

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



## Presentación

Después de pasar por una crisis económica es necesario que la Dirección General de una empresa, de forma conjunta con la Dirección Comercial y la Dirección Administrativa, definan una estrategia de recuperación o reactivación comercial basándose en nuevos productos, proyectos, innovaciones en los procesos o cambios en su forma de vender.

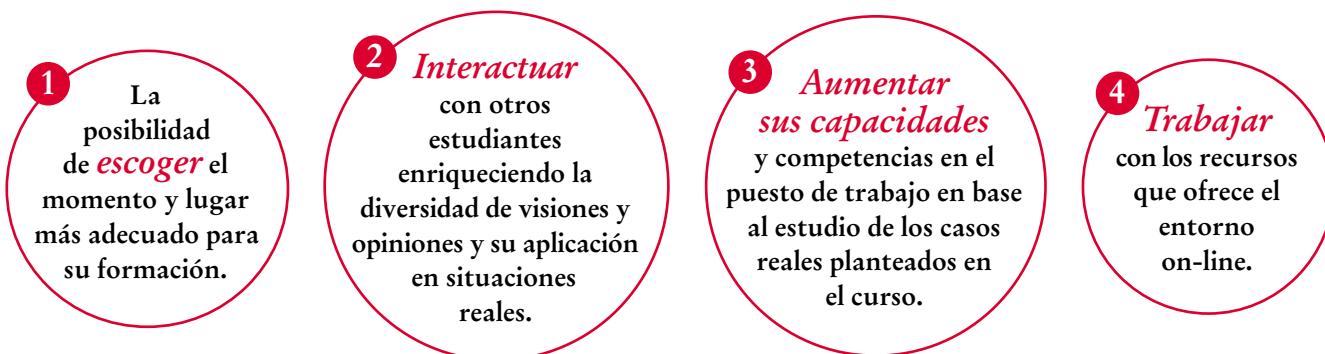
Para implementar estos cambios es necesario:

- Hacer un autodiagnóstico de sus resultados de venta, de cómo está vendiendo en la actualidad.
- Actualizar su FODA comercial.
- Hacer un análisis de los requerimientos actuales del mercado en función de las nuevas tecnologías y de los cambios globales.
- Conocer los elementos de la transformación digital en ventas.
- Tener una visión de posibles cambios o innovaciones que deben implementarse en su forma de vender y en su empresa y analizar el impacto de esos cambios.
- Implementar un nuevo modelo de negocio.
- Redefinir su infraestructura comercial y sus sistemas de gestión.
- Definir un nuevo plan de actividades para la implementación de las estrategias.

Este curso le será de gran utilidad para reactivar comercialmente a su empresa después de un período de crisis.

## La Formación E-learning

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



# Estrategias de Reactivación Comercial y Ventas



## Objetivos del curso:

---

- Identificar los cambios globales en el mercado y cómo afectan a su negocio a corto, medio y largo plazo.
- Identificar fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas en nuestras ventas para definir estrategias comerciales que nos ayuden a minimizar debilidades y enfrentar amenazas.
- Cómo hacer cambios en sus procesos de ventas que mejoren sus resultados actuales y la rentabilidad de su empresa.
- Analizar las nuevas expectativas de los clientes.
- Cuáles son las nuevas tecnologías en ventas y cómo se aplican.
- Saber cómo y cuándo aplicar los modelos de negocios CANVAS y LEAN STARTUP.
- Cómo desarrollar OKR y KPIS.
- Saber qué innovaciones puede hacer en su infraestructura de ventas.
- Cómo transformar digitalmente su negocio de ventas.
- Qué sistemas de gestión de ventas podemos manejar.
- Cómo optimizar sus sistemas de gestión para los nuevos proyectos.
- Cómo reactivar comercialmente a su empresa y mejorar su gestión en ventas.
- Saber cómo diseñar un proyecto de reactivación comercial.

“ Conocimientos prácticos para saber revisar las actuales estrategias comerciales y adaptarlas a las necesidades de nuestros clientes”

## Dirigido a:

---

Directores y Delegados Comerciales, Jefes de Ventas y, en general, a todas aquellas personas que tengan a su mando equipos comerciales y quieran saber cómo realizar una revisión de sus estrategias comerciales para obtener mayores beneficios.

## Estrategias de Reactivación Comercial y Ventas



### Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 50 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

7 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.

### 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. Retrospectiva comercial

**11** horas

#### 1.1. Autodiagnóstico comercial:

- 1.1.1. En análisis y segmentación del mercado.
- 1.1.2. En prospección y contacto.
- 1.1.3. En conocimiento de producto.
- 1.1.4. En manejo de herramientas de ventas.
- 1.1.5. En identificación de necesidades.
- 1.1.6. En diseño de la solución.
- 1.1.7. En presentación de la solución.
- 1.1.8. En la negociación y cierre.
- 1.1.9. En servicio postventa.
- 1.1.10. En la generación de más ventas.
- 1.1.11. Análisis de su planeación.
- 1.1.12. En definición de cuotas.
- 1.1.13. En sus sistemas de gestión.
- 1.1.14. Análisis de plan de compensaciones.
- 1.1.15. Análisis de su plan estratégico de ventas.

#### 1.2. FODA comercial:

- 1.2.1. FODA inicial.
- 1.2.2. Evaluación de factores internos.
- 1.2.3. Evaluación de los factores externos.
- 1.2.4. Matriz EFE x EFI.
- 1.2.5. Matriz de desarrollo de estrategias.

### MÓDULO 2. Análisis del entorno

**5** horas

Vivimos en un entorno cambiante, tanto en lo social como en lo político, económico, industrial, etc., pero sobre todo en el aspecto tecnológico. Gracias a Internet y a la globalización vivimos cada día situaciones de cambio y de innovación en varios aspectos de nuestra vida.

Es por ello que necesitamos hacer cambios trascendentales en nuestro plan de negocios que nos permita sobrevivir y mantener su rentabilidad.

#### 2.1. Entorno mundial y fuerzas de Porter:

- 2.1.1. Entorno económico.
- 2.1.2. Entorno tecnológico.



### 2.1.3. Fuerzas de Porter:

- 2.1.3.1. Nuevas expectativas de clientes.
- 2.1.3.2. Nuevas expectativas de proveedores.
- 2.1.3.3. Nuevos competidores.
- 2.1.3.4. Productos sustitutos.

### 2.2. El impacto de las nuevas tecnologías:

- 2.2.1. Impacto de las nuevas tecnologías en la fabricación.
- 2.2.2. Impacto de las nuevas tecnologías en la organización empresarial.
- 2.2.3. Impacto de las nuevas tecnologías en la comercialización.
- 2.2.4. Impacto de las nuevas tecnologías en la comunicación con los clientes.
- 2.2.5. Impacto de las nuevas tecnologías en el servicio.

### 2.3. Tecnologías disruptivas:

- 2.3.1. Internet de las Cosas.
- 2.3.2. Inteligencia Artificial.
- 2.3.3. Blockchain.
- 2.3.4. Nanotecnología.

### 2.4. Tipos y técnicas de ventas:

- 2.4.1. Tipos de ventas.
- 2.4.2. Técnicas de ventas:
  - 2.4.2.1. Ventas tradicionales.
  - 2.4.2.2. Ventas conceptuales.
  - 2.4.2.3. Ventas consultivas.
  - 2.4.2.4. Ventas digitales.
  - 2.4.2.5. Neuroventas.

### 2.5. La competencia:

- 2.5.1. Competencia de marca.
- 2.5.2. Competencia de empresa.

## MÓDULO 3. Transformación digital en ventas

4 horas

La transformación digital es un proceso de transformación de una empresa al entorno actual de la evolución tecnológica y el manejo global de la información, enfocado 100% a las nuevas necesidades del cliente. Es una reingeniería de procesos de una empresa que desea ser competitiva y mantenerse viva en un entorno de constantes cambios.

### 3.1. Elementos de la transformación digital.

### 3.2. Tecnologías sugeridas para innovar en el proceso de ventas:

- 3.2.1. En el conocimiento del producto.

# Estrategias de Reactivación Comercial y Ventas



- 3.2.2. En la mercadotecnia.
- 3.2.3. En la presentación de la empresa y el análisis de necesidades.
- 3.2.4. En el cierre de la venta.
- 3.3. Pasos de la transformación digital.
- 3.4. Beneficios de la transformación digital.
- 3.5. Plan de acción para la transformación digital.
- 3.6. Cambios en infraestructura.

## MÓDULO 4. La gerencia comercial

6 horas

El Director Comercial es el responsable de definir el plan de ventas y de darle seguimiento para que se logren los objetivos. También es el responsable de planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de ventas de la empresa.

- 4.1. **Objetivos de la gerencia comercial:**
  - 4.1.1. Con la Dirección General.
  - 4.1.2. Con los clientes y el mercado.
  - 4.1.3. Con su fuerza de ventas.
- 4.2. **Propósitos individuales:**
  - 4.2.1. Nuestro propósito de vida.
  - 4.2.2. Nuestro FODA personal.
  - 4.2.3. Nuestro inventario personal.
- 4.3. **Importancia de la personalidad.**
- 4.4. **Importancia del liderazgo.**
- 4.5. **Importancia de los procesos gerenciales:**
  - 4.5.1. Planificación.
  - 4.5.2. Organización.
  - 4.5.3. Dirección.
  - 4.5.4. Control.
- 4.6. **Responsabilidades del gerente comercial.**

# Estrategias de Reactivación Comercial y Ventas



## MÓDULO 5. Estrategias de reactivación comercial

8 horas

- 5.1. Estrategias de producto:
  - 5.1.1. Análisis de productos y servicios vendidos.
  - 5.1.2. Matriz BCG.
  - 5.1.3. Productos estratégicos.
  - 5.1.4. Desarrollo de nuevos productos o servicios.
- 5.2. Estrategias de mercado.
- 5.3. Estrategias de competencia.
- 5.4. Estrategias en planeación y gestión.
- 5.5. Estrategias en manejo de cuotas y comisiones.
- 5.6. Estrategias en ventas.
- 5.7. Estrategias en infraestructura.
- 5.8. Estrategias en otros procesos.

## MÓDULO 6. Modelos de negocios y planeación estratégica

4 horas

- 6.1. Modelo tradicional.
- 6.2. Modelo CANVAS.
- 6.3. Modelo Lean Startup.
- 6.4. Balanced ScoreCard.
- 6.5. Análisis OKR.
- 6.6. Indicadores de desempeño.

## MÓDULO 7. Proyecto de reactivación comercial

12 horas

- 7.1. Identificación de prioridades de mejora.
- 7.2. Desarrollo de modelos de negocio:
  - 7.2.1. En mejora de productos y servicios.
  - 7.2.2. En desarrollo de productos y servicios.



# Estrategias de Reactivación Comercial y Ventas



**7.3. Desarrollo del Cuadro de Mando Integral.**

**7.4. Definición de OKR.**

**7.5. Definición de KPI.**

**7.6. Análisis de beneficios:**

7.6.1. Beneficios por mejoras en productos.

7.6.2. Beneficios por mejorar su forma de vender.

7.6.3. Beneficios por mejorar su infraestructura.

7.6.4. Beneficios por mejorar la forma de controlar sus ventas.

7.6.5. Beneficios por mejorar otros procesos.

**7.7. Cuantificación de los beneficios.**

**7.8. Análisis de ROI.**

**7.9. Plan de trabajo.**

**7.10. Evaluación y control.**

**7.11. Conclusiones.**

# Estrategias de Reactivación Comercial y Ventas



## Autor



### Arnaldo Corona

Profesional con más de 35 años de experiencia en puestos ejecutivos en el área de ventas, ingeniería, operaciones, soporte técnico y capacitación. Consultor internacional y conferencista en diversos países es, además, autor de 8 libros sobre la materia.

## 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.

