



Branding, Dirección Comercial y Marketing

# Programa de Evolución en Ventas

Dirección académica:  
**Santiago Titievsky**

Duración  
**De 1 a 2 meses**

Modalidad  
**Blended**

## Programa abierto

¿Querés ser dominar las mejores técnicas de ventas? Venimos siendo protagonistas de un contexto económico y social donde experimentamos grandes cambios en las necesidades y los deseos de los consumidores y usuarios, y donde suceden importantes innovaciones en productos, esquemas de ventas, canales comerciales y acceso a la información, entre otros avances tecnológicos. Este ecosistema ha generado cambios concretos en los comportamientos de consumo y esto ha generado un gran desafío para quienes se dedican a tareas comerciales, al mismo tiempo que ha favorecido el descubrimiento de nuevas maneras de hacer negocios, con creatividad, y metodologías y habilidades renovadas.

El programa surge como respuesta a la demanda de líderes que requieren una formación de primer nivel para sus equipos, contemplando las prácticas más exitosas, las herramientas más modernas y las habilidades diferenciales de quienes logran resultados extraordinarios tanto en la venta masiva y más transaccional, como en la consultiva. Este programa les brindará a los vendedores y asesores herramientas para ser verdaderos líderes y lograr ser reconocidos por los resultados que generan.

# 01

## Propósito del asesor comercial. Autoconocimiento y conocimiento del cliente

### Sesión 1 - Introducción al programa

- Cambios en el mercado, canales, productos y consumidores.
- La nueva era. Estructuras y Metodologías Ágiles aplicadas a las ventas.
- Elaborar mi propósito en la profesión de ventas.

### Sesión 2 – La venta como consecuencia del proceso vincular

- La venta como consecuencia del proceso vincular. Confianza asesor-cliente.
- Test de autoconocimiento: indicador de tipo de personalidad. ¿Cómo soy?
- Estrategias para el apalancamiento de fortalezas y desarrollo de áreas de oportunidad en el vínculo asesor-cliente.

# 02

## Metodología avanzada de ventas - *sales innovation*

### Sesión 1

- Metodología de Ventas B2C (los 7 pasos de la venta).
- Metodología de Ventas B2B (*Business to Business*-Venta Consultiva).
- Modelo de venta por provocación. Preparar un jaque mate rápido y ganador.
- Las funciones vitales de la venta y su impacto en la generación de resultados.

### Sesión 2

- De la empresa omnicanal al asesor omnicanal.
- El *Buyer Journey Map* para acelerar ventas.
- Acciones comerciales bajo el Modelo AIDA, entendiendo el comportamiento del cliente con la finalidad de descubrir lo que piensa, valora, necesita y desea.
  - Atención de los prospectos, efecto señuelo.
  - Interés en la propuesta.
  - Deseo, mostrando las ventajas de nuestra solución.
  - Acción de compra.
- La venta híbrida. Límites.
- Optimización y mejora en la gestión de venta.
- Armado del termómetro predictivo de ventas.

### Sesión 3

- Actividad práctica donde los participantes resolverán y debatirán casos presentados sobre modelos de ventas.
- Ejercicios simulados de *role playing*.
- Armado de campañas con la ayuda de la IA.

# 03

## Utilización de CRM e inteligencia artificial como herramientas de automatización comercial

- Importancia del CRM y la inteligencia artificial en la venta moderna.
- Mejora de la eficiencia y efectividad en el proceso de ventas.
- Cómo automatizar tareas rutinarias con las herramientas habituales.
- Utilización del CRM y armado de campañas.
- Prácticas de aplicación.
- Análisis de datos para la toma de decisiones: interpretación de métricas claves.

# 04

## Construcción de la marca personal. Estrategia en redes sociales

### Sesión 1

- Definición e importancia de marca personal en las ventas.
- Autodiagnóstico.
- Claves de éxito para elegir redes sociales.
- Desarrollo de identidad visual y contenidos.
- Usos y costumbres recomendadas.

### Sesión 2

- Ejercicio de aplicación sobre cada participante. Construcción de la estrategia de marca personal.
- Tips para el armado de contenido automatizado.
- Tácticas para crecer en audiencia.
- “*Engagement*”, cómo conseguir sinergias con el resto de contactos.

# 05

## Preparación emocional para el éxito de ventas

### Sesión 1 - Taller

- Principios mentales, estructura y funcionamiento del cerebro que se ponen en marcha durante el proceso de ventas.
- Pasos para conocer y conectar con el cliente. Manejo de la empatía.
- Cómo hackear la mente de mi cliente.
- Dominancia cerebral. Cómo son las personas según su dominancia cerebral. Cómo venderle al cliente con dominancia cerebral distinta.
- Detección de estilos.
- La pregunta en el proceso de la actividad comercial: kit de preguntas poderosas.
- Prácticas de aplicación.

### Sesión 2

- Neuroventas.
- Cómo funciona la mente del vendedor de elite.
- El chipeo de la propia mente.
- Emociones universales y creencias individuales.

- Modelos para regular y favorecer emociones que sostengan estados de logro.
- Inteligencia emocional, la decodificación del mensaje por el consumidor.
- Gestión de las emociones a través de técnicas de la inteligencia emocional.
- Tips para gestionar el estrés y la frustración.

La UTDT se reserva el derecho de modificar los módulos, sus contenidos y los profesores, garantizando la calidad de los mismos.

## Audiencia

El programa se dirige a personas ambiciosas e inquietas que tengan el propósito de ser elite en el manejo de las metodologías y habilidades de ventas, y a quienes tengan objetivos de ventas, B2C o B2B, y sus jefes.

## Metodología

El programa presenta un enfoque práctico y lúdico. Se tratarán casos reales, participarán vendedores estrella, y habrá actividades de *role playing*, y dinámicas grupales e individuales. Se estimulará el *networking*, y el ida y vuelta con los profesores.

## Dirección académica



### Santiago Titievsky

Lic. en Administración de Empresas (UNLP), con posgrado en Marketing (IAE) y especialización en Negocios y Servicios (IAE, IESE, Harvard), Psicología de la Venta y Modelos de Negocios. Experto en ventas y experiencia del cliente en organizaciones de primer nivel de LATAM.

## Cuerpo docente

**Guido Ipszman.** Director general de Salesforce en Chile y Perú. Director en Oracle. Es Lic. en Sistemas de la Universidad CAECE, posee un MBA (UCEMA) y realizó varios programas ejecutivos IAE y Wharton University. | **Juan Nesis.** Lic. en Ciencias de la Atmósfera y exbecario CyT de la FCEN, UBA. Actualmente se desempeña como gerente de Datos en Carrefour Argentina y como docente de la UBA y UTDT. | **Vilma Vaccarini.** *Coach* internacional certificada por el ICC. *Trainer* en Programación Neurolingüística certificada. Diplomada en la UBA y Asociación Educar en Neurosicoeducación. Certificada en i4Neurolider, Talent Agile y Coaching Agile. | **Juan Marengo.** Lic. en Sistemas, Universidad CAECE, y periodista por el Instituto Grafotécnico. Dirige Be Influencers, donde trabaja para clientes como Disney, Nike, Danone, Jhonson & Jhonson, Clorox, Bayer, Netflix, Colgate, entre otros. | **Diego Furlani.** *Coach* organizacional y consultor especializado en procesos de desarrollo de equipos ejecutivos, con más de 25 años de experiencia en el área de Recursos Humanos y Gestión del Talento. Fundador y director de Equinsight. Es Terapeuta Gestáltico, certificado por el CGSI de CABA.