

COMM31. Programa avanzado en dirección de ventas B2B

Código del curso: PSCOMM31

Horas: 150

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PSCOMM31

1. Programa avanzado en dirección de ventas B2B

Objetivo

Aplicar tácticas relacionadas con marketing digital para generar leads para la empresa y el equipo comercial tanto, a través de dinámicas que permitan atraer al cliente hacia la empresa, como mediante herramientas proactivas dedicadas a identificar clientes y conseguir conversaciones con ellos con el fin de entregárselos a los cerradores de ventas.

Conocimiento / capacidades cognitivas y prácticas

Desarrollo de competencias digitales para profesionales.

Diagnóstico de Conocimientos y competencias digitales con Smart Digital Model.

Contenido personalizado de Digital Mindset y Competencias digitales según el resultado de SDM.

Desarrollo de estrategias de Inbound marketing.

¿En qué consiste el Inbound marketing? Análisis.

Clasificación de las Etapas de Inbound marketing.

Conocimiento de Buyer persona y customer journey.

Análisis de Posicionamiento web.

Análisis de Marketing de contenidos.

Análisis de Email marketing.

Desarrollo de Herramientas de Inbound marketing.

Análisis de Marketing de permiso.

Conocimiento de los Aspectos legales. RGPD.

Capacidad práctica: Desarrollo de estrategias de Inbound Marketing.

Desarrollo de estrategias de Outbound marketing.

Análisis del embudo de ventas.

Encontrar el cliente ideal.

Prospección de clientes.

Cualificación de clientes.

Desarrollo de habilidades para hablar con la persona adecuada.

Obtención de leads.

Capacidad práctica: Desarrollo de estrategias de Outbound Marketing.

Elaboración de estrategias de Venta compleja B2B.

Introducción a la venta compleja.

Estudio de los Modelos de venta compleja.

Desarrollo de Habilidades esenciales para la venta.

Capacidad práctica: Elaboración de estrategias de venta compleja B2B.

Implantación de un CRM.

Introducción.

Análisis de las Ventajas y beneficios de un CRM.

Análisis de los Errores más frecuentes en el uso de un CRM.

Configuración de un embudo de ventas. Creación de oportunidades.

Gestión de tu base de datos de contactos: clientes y leads.

Como conseguir que tus clientes vuelvan a comprar usando un CRM.

Estudio del CRM como herramienta para que lo que entregas sea lo mismo que has vendido.

Capacidad práctica: Implantación de un CRM empresarial.

Habilidades de gestión, personales y sociales

Adquisición de habilidades para desarrollar estrategias de Inbound Marketing y de Outbound Marketing.

Adquisición de habilidades para mejorar la comunicación con los clientes.

Utilización del pensamiento crítico para el análisis de resultados del plan de Ventas.

¿Qué aprenderás?

Aplicar tácticas relacionadas con marketing digital para generar leads para la empresa y el equipo comercial, tanto generando dinámicas que permitan atraer al cliente hacia la empresa como mediante herramientas proactivas dedicadas a identificar clientes y conseguir conversaciones con ellos con el fin de entregárselos a los cerradores de ventas.

Desarrollar las habilidades de venta B2B necesarias para aterrizar las mejores cuentas para la empresa y maximizar la facturación de la misma.

Aprender a usar herramientas CRM para organizar desde un punto de vista de planificación y estratégico las relaciones que mantendrán los vendedores de la empresa con los clientes.