

# Competencias para la Gestión Comercial T.I

La presente propuesta abarca tres componentes

- a. Un ciclo formativo en ventas B2B específicamente desarrollado para comercializar productos y servicios de base tecnológica.
- b. Un ciclo formativo enfocado en el uso de LinkedIn Sales Navigator para la búsqueda de prospectos de clientes locales e internacionales
- c. Un ciclo formativo enfocado en la adopción de herramientas de digitalización ( ahorro de tiempo) para la gestión comercial B2B.
- d. Asesoría para la implementación de mejoras en el proceso comercial

## DETALLE DE LOS COMPONENTES

### a. Ciclo formativo en ventas B2B



Impacta cuantitativamente en los siguientes parámetros:

1. Ser más efectivo realizando contactos en frío.
2. Incrementar la cantidad de leads detectados de modo proactivo.
3. Incrementar la tasa de cierre.
4. Reducir el tiempo y las iteraciones hasta el cierre. • Mitigar las objeciones de precio y negociar correctamente

## b. Ciclo formativo en LinkedIn Sales Navigator

M	Detalle
1	<p>Marca personal en LinkedIn: Fortalecimiento del perfil. Templates para la redacción de la experiencia personal y laboral. Titular profesional mercado céntrico. Fotos y media dentro del perfil: recomendaciones. Construcción de la marca personal a través de contenido de valor. Reglas y frecuencias para compartir contenido desde el perfil personal. Hacks de automatización para compartir contenido.</p>
2	<p>Búsqueda de clientes: Armado de base de datos de potenciales clientes. Uso intensivo de features clave para la venta: Booleanas, armado de listas de leads, hacks y uso avanzado de filtros, seguimiento de contactos e identificación de cuentas y contactos clave.</p>
3	<p>Herramientas de automatización vinculadas a LinkedIn Sales Navigator: alternativas: scrappers, boosters y outreach. Pros, contras de las alternativas más comunes. Prerrequisitos y buenas prácticas para su adopción.</p>
4	<p>5 reglas de comunicación dentro de LinkedIn. Desarrollo de mensajes de alto impacto para contactar prospectos a través de LinkedIn Sales Navigator. Protocolo de seguimiento: Bump vs Contenido de valor. Cadencias y plazos para hacer seguimiento. Mensaje al agregar: ¿Sí o no?.</p>

5	KPIs y multichannel: ¿Qué tasa de aceptación debo esperar? ¿Qué tasa de respuesta? Integración de LinkedIn en una estrategia omni canal (mail, teléfono).
---	---

### c. Acompañamiento en la adopción de soluciones de automatización

Asistencia en la adopción de alternativas de solución para:

- Automatizar la generación de bases de datos de clientes, su procesamiento, gestión, y análisis.
- Realizar envíos de correos y mensajes de linkedin simulando el comportamiento humano y realizando seguimientos.
- Lograr un proceso de generación de citas con clientes de modo recurrente y con la máxima eficiencia posible en el uso del tiempo.
- Automatizar el seguimiento de oportunidades en curso a través de soluciones de automatización.
- Definir un procedimiento de “top of mind” para que el cliente no se olvide de nosotros al momento de buscar una solución similar a la que ofrecemos

### d. Acompañamiento en la adopción de mejoras en el proceso comercial

Otorga herramientas para poder desarrollar un **proceso comercial que sea estructurado, predecible y orientado a métricas**, permitiendo abordar mejor el mercado B2B, y en particular el tecnológico.

Los objetivos son los siguientes:

1. Transferir las competencias para establecer correctamente las **etapas de un proceso comercial B2B** específico para **productos y servicios basados en tecnología**.

2. Conocer las **herramientas técnicas o hacks** disponibles en la web para volverlo más eficiente.
3. Conocer e implementar **métricas e indicadores de performance (KPIs)** para evaluar ese proceso y poder predecir su performance.

Al finalizar, contarás con las herramientas técnicas necesarias para construir o mejorar tu proceso comercial, aplicando de modo práctico los conocimientos adquiridos.