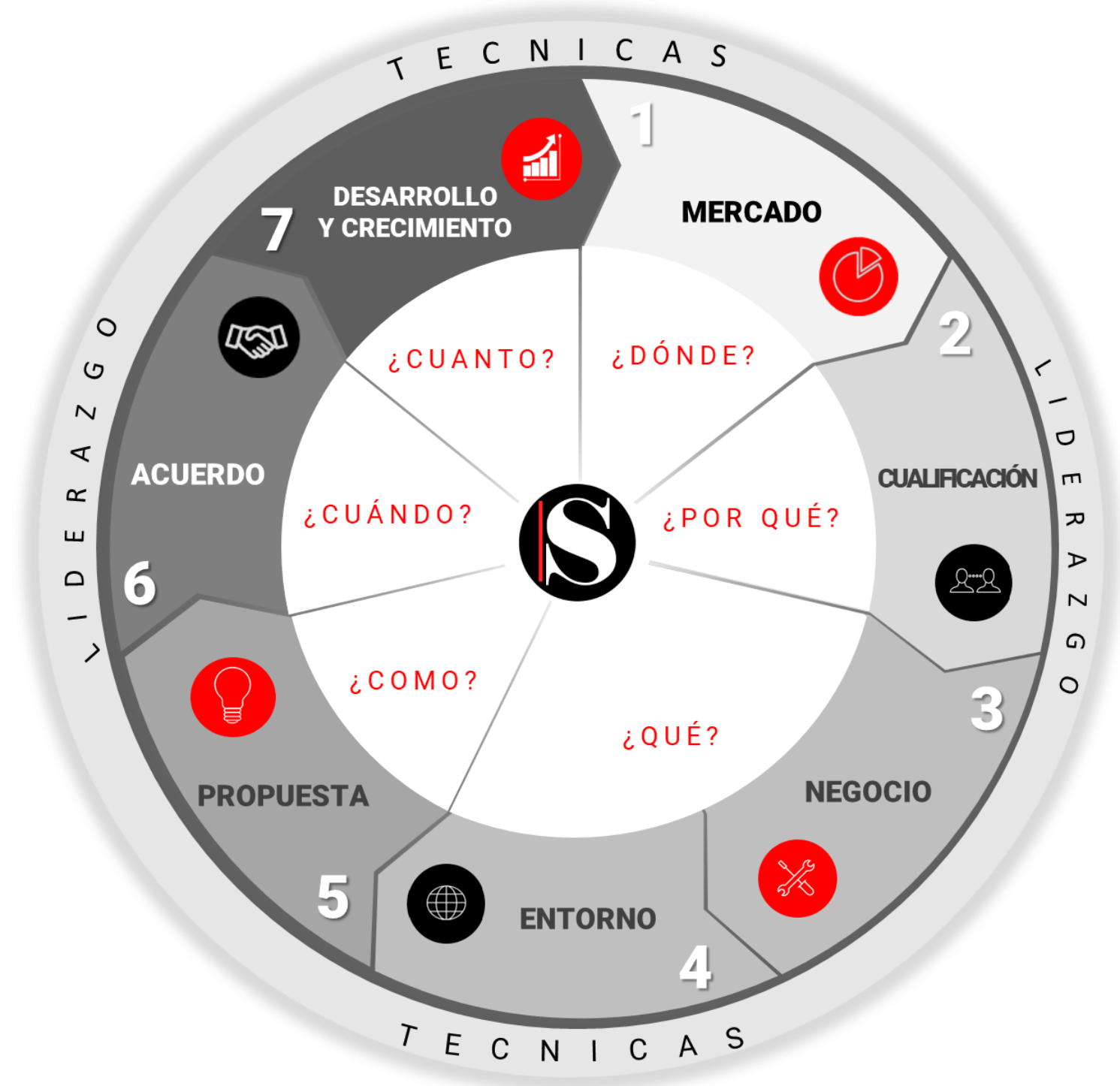


¿CUÁL ES NUESTRA | METODOLOGÍA?

práctica, probada e innovadora



Nuestra metodología es el **marco de referencia** sobre el cual se desarrollan los contenidos, con un orden lógico y holístico, resultado de un intenso **trabajo de síntesis** y **años de experiencia**.

Te permitirá:

- Tener una **visión global** del negocio del cliente.
- **Incrementar sus resultados** de Venta.
- Tener un **discurso diferencial** con el Cliente.
- Identificar **oportunidades de negocio** y crecimiento.
- Tener un **enfoque innovador** en la propuesta.

¿CÓMO ES EL ITINERARIO?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



¿DÓNDE?

¿POR QUÉ?

¿QUÉ?

¿CÓMO?

¿CUÁNDO?

¿CUANTO?

Determinar el mercado potencial objetivo	Dinámica de diagnostico del Cliente potencial	Conocimiento del tipo de negocio del Cliente	Análisis del entorno que afecta al Cliente	Diseño de la propuesta y recomendaciones	Proceso de cierre del acuerdo	Desarrollo del potencial crecimiento de negocio
Herramientas de análisis estratégico de mercados Segmentación de mercado <i>Segmentación Cliente/Persona</i> Tamaño de mercado TAM, SAM, SOM Estrategia Go-to.Market Captación Outbund Captación Inbound	Investigación previa Preguntar – Escuchar Entender – Interpretar Mapa de Empatía Necesidades (<i>pains</i>) Problemas Tareas Agenda Motivaciones Aspiraciones Retos-Objetivos Customer insights Radiografía del comprador Canvas Comprador B2B Identificar oportunidades	Herramientas de análisis del negocio del cliente Modelo de negocio Capacidades y recursos Observar (in/out) Customer Journey Herramientas análisis: Info & Datos (Q/q) Ciclo de vida de la empresa (Greiner) Vender al C-Level Mapa y dinámicas de poder –Influenciadores. Factores Críticos Éxito	La era de la disrupción Entorno VUCA Herramientas análisis: <i>Entorno: PESTEL</i> <i>Sector: PORTER</i> Ecosistema Competencia Proveedores Clientes Alianzas Benchmarking Tendencias	Valor vs. Precio Gestión del riesgo Posicionamiento Diferenciación Propuesta de Valor Asesorar Alineamiento Solución Beneficios Escenarios Best practices-Testimoniales Co-crear Estructura Propuesta Business Case Fijación de precios	De vendedor a asesor Proceso decisión de compra Gestión del miedo Facilitar cambio Elevator Pitch Experiencia & KW Credibilidad- Confianza Compromiso Gestión objeciones No-riesgo Liderar-educar Negociación (C-level) Vinculación Piloto – POC – Quick-wins Validación (cierre)	Ciclo de Vida del Cliente Satisfacción y Experiencia Gestión del Cliente <i>Engagement & Relationship</i> Marketing Servicios Profesionales Técnicas y palancas crecimiento : <i>Renewal- Up-sell – X-sell, Attach, Onion model, ...</i> <i>Orgánico e Inorgánico</i> Posición-Mercado (GE) Producto-Mercado (Ansoff) Modelos de negocio suscripcion Gestión de oportunidades: <i>Funnel – Pipeline – CMI – KPI’s</i> Recuperación de oportunidades: <i>Perdidas, dormidas, Fidelización....</i> Herramientas de control y seguimiento de ventas

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling

¿CUÁLES SON LOS MÓDULOS Y SESIONES?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



¿DÓNDE?

¿POR QUÉ?

¿QUÉ?

¿CÓMO?

¿CUÁNDO?

¿CUANTO?

Determinar el mercado **potencial** objetivo

Dinámica de **diagnostico** del Cliente potencial

Conocimiento del tipo de **negocio** del Cliente

Análisis del **entorno** que afecta al Cliente

Diseño de la **propuesta** y **recomendaciones**

Proceso de **cierre** del **acuerdo**

Desarrollo del potencial **crecimiento** de negocio

POR QUÉ ESTE PROGRAMA:

- ¿Por qué este programa?
- Objetivos del programa
- Que no es este programa
- Programa: Metodología 7 pasos

EMPIEZA POR TÍ

- Assesment: Mide tu crecimiento y desarrollo durante el programa. Progreso y aprendizaje
- Descubre tu propósito. Modelo IKIGAI
- Metodología para salir de tu zona de confort y alcanzar tus metas

LA VENTA TRADICIONAL:

- El vendedor
- ¿Por qué fallan los vendedores?
- ¿Por qué necesitamos una metodología de ventas?

LA EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS:

- De producto céntrico a cliente céntrico
- Evolucionar de la venta tradicional a la venta consultiva
- Cambia tu enfoque a beneficios e impacto en negocio

DE PRODUCTO CENTRICO A CLIENTE CÉNTRICO:

- Empresas producto céntricas
- Empresas cliente céntricas
- ¿Es tu empresa cliente céntrica?
- Cómo hacer la transformación de tu empresa a cliente céntrica

VENTA CONSULTIVA:

- Venta tradicional vs venta consultiva
- Evolucionar de la venta transaccional a la venta relacional
- ¿Qué buscan los clientes?
- ¿A qué nos enfrentamos?
- ¿Por qué tenemos que cambiar la forma de vender?
- La relación con nuestros clientes
- ¿Qué tipos de relaciones existen con los clientes?
- Factores clave de la venta consultiva

EL CONSULTOR DE VENTAS

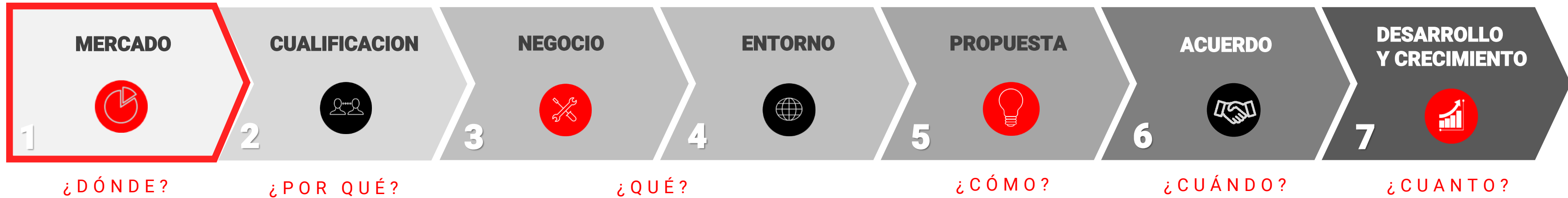
- Que es un consultor de ventas
- El perfil del consultor de ventas: Capacidades, competencias y habilidades
- El ADN del consultor de ventas
- El nuevo profesional que necesitan las empresas.

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling

¿CUÁLES SON LOS | MÓDULOS Y SESIONES?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



Determinar el mercado **potencial** objetivo

SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

- Contextualizar la segmentación con la estrategia
- La segmentación
- ¿Por qué necesitamos segmentar?
- Criterios de segmentación

CUANTIFICAR EL TAMAÑO DEL MERCADO:

- Segmentación del mercado y análisis del tamaño TAM, SAM, SOM

SEGMENTACIÓN DEL CLIENTE:

- Segmentación del cliente
- Proceso de segmentación
- Perfil del cliente persona
- Curva de valor: Modelo de demanda

SEGMENTACIÓN PERSONA Y RECOMENDACIONES:

- Del mercado al segmento y a la persona
- Cliente persona
- Perfil Cliente PERSONA
- Algunas recomendaciones

GO TO MARKET: CAPTACIÓN DE CLIENTES

- Estrategia de captación de clientes
- ¿Por qué un Check-list de ventas?
 - o Directo al cliente/prospect
 - o A través del canal de distribución
 - o A través de medios de comunicación
 - o A través de canales alternativos

INBOUND: CAPTACIÓN DIGITAL DE CLIENTES

- ¿Qué es la venta inbound?
- Fases y procesos de venta Inbound
- Funnel de ventas inbound
- Estrategia
- Captación
- Cualificación
- Conversión
- Venta y post venta

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling

¿CUÁLES SON LOS | MÓDULOS Y SESIONES?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



Dinámica de **diagnostico**
del Cliente potencial

INFORMARSE SOBRE EL CLIENTE:

- Investigación previa
- Obtener información sobre el cliente

ESCUCHAR Y ENTENDER:

- Escuchar y entender: El arte de hacer preguntas

CUSTOMER INSIGHTS:

- Herramienta: Mapa de Empatía

IDENTIFICAR OPORTUNIDADES:

- Identificar necesidades, problemas y tareas

RADIOGRAFÍA DEL COMPRADOR:

- Herramienta: Buyer persona Canvas B2B

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling

¿CUÁLES SON LOS | MÓDULOS Y SESIONES?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



Conocimiento del tipo de **negocio** del Cliente

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DEL NEGOCIO:

- ¿Por qué necesitamos herramientas para el análisis estratégico?
- Herramientas de análisis estratégico
- El círculo dorado
- Análisis interno y externo DAFO
- Análisis Posicionamiento
- Estrategias genéricas de Porter
- Modelo fases de crecimiento Greiner
- El viaje del cliente (Customer Journey)

RECURSOS Y CAPACIDADES:

- Ventaja competitiva

MODELO DE NEGOCIO DEL CLIENTE: ANÁLISIS Y OPORTUNIDADES

- Estructura y diseño de un Modelo de Negocio
- Canvas Herramienta de diseño de modelos de negocio
- Describir un modelo de negocio
- Analizar tu modelo de negocio
- Evolucionar tu modelo de negocio

VENDER AL C-LEVEL:

- ¿Por qué?
- Dedicación y etapas
- Percepción y expectativas
- Acceso al nivel directivo
- Preparación de la reunión
- Establecer credibilidad
- Crear valor
- Relación duradera
- Organigrama

MAPA Y DINÁMICAS DE PODER INFLUENCIADORES:

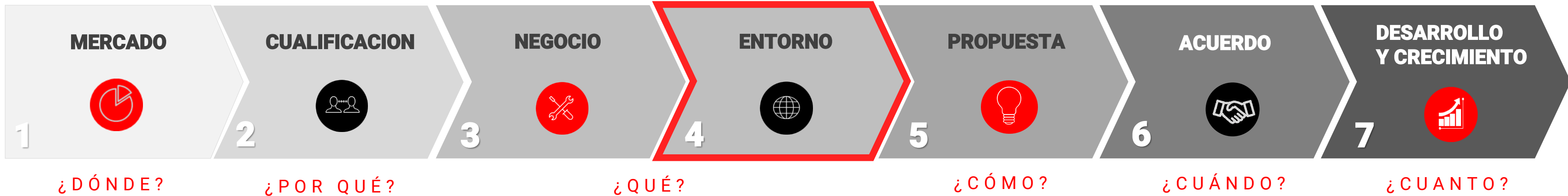
- Los 9 Interlocutores en el proceso de venta
- Mapa y dinámicas de poder. Influenciadores

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling

¿CUÁLES SON LOS | MÓDULOS Y SESIONES?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



Análisis del **entorno** que afecta al Cliente

LA ERA DE LA DISRUPCIÓN:

- La era de la disrupción
- Como competir en la era de la disrupción

QUÉ ES UN ENTORNO VUCA Y CÓMO LIDERARLO

- Qué es un entorno VUCA
- Cómo liderar en un entorno VUCA
- Las competencias necesarias para competir en el entorno VUCA
- La actitud de los líderes en entornos VUCA

ANÁLISIS DEL ENTORNO: PESTEL Y PORTER

- PESTEL: Herramienta de análisis estratégico

BENCHMARKING

- ¿Qué es el Benchmarking?
- Tipos de Benchmark

TENDENCIAS:

- Conceptos teóricos fundamentales
- Metodologías
- Herramientas
- Informes de Tendencias

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling

¿CUÁLES SON LOS | MÓDULOS Y SESIONES?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



Diseño de la **propuesta**
y **recomendaciones**

VALOR VS PRECIO:

- Introducción
- Tipos de valor
- Diferencia entre valor y precio
- Valor entregado al cliente

POSICIONAMIENTO:

- El valor en la venta consultiva
- La generación de valor a través de nuestro posicionamiento
- Informar vs Asesorar
- Proceso del modelo de venta
- De producto a servi-negocio
- ¿Cómo competir a través de la generación de valor?

DIFERENCIACIÓN EN LA PROPUESTA DE VALOR:

- ¿Por qué hay que diferenciarse?
- Comparación vs Diferenciación
- Los pasos hacia la diferenciación
- Algunas formas de diferenciarse
- Quién es el responsable de la diferenciación
- Propuesta única de valor
- Atributos clave
- Valor para quién
- Buyer Persona B2B
- Fases para construir tu Propuesta de valor
- Metodología: Canvas Propuesta de valor
- Mapa de valor: Lienzo de la propuesta de valor
- Encaje propuesta de valor & segmento de clientes
- ¿Por qué nos compran los clientes?

CREACIÓN DE VALOR PARA EL CLIENTE:

- Cómo creamos valor para el cliente
- Cómo gestionamos el asunto del precio
- Sugerencias para que el cliente perciba valor
- Dónde nos situamos para incrementar el valor
- Comunicar el valor al cliente

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE NEGOCIO:

- Matriz de Oportunidad – Riesgo/Esfuerzo

ESTRUCTURA DE UNA PROPUESTA:

- Bloques de una propuesta profesional
- Consejos y recomendaciones

BUSINESS CASE:

- ¿Qué es un Business Case?
- El valor que aporta en el proceso de venta
- Estructura
- Consejos y recomendaciones

PROCESO DE FIJACIÓN DE PRECIOS:

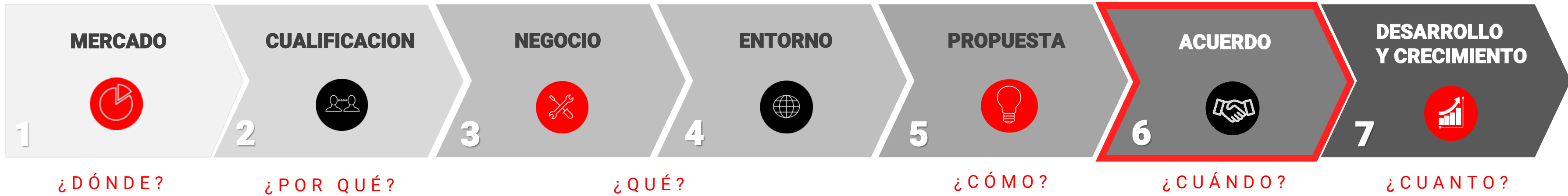
- Modelo y procesos de fijación de precios
- Estrategia de precios
- Cómo incrementar el precio o justificarlo

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling

¿CUÁLES SON LOS | MÓDULOS Y SESIONES?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



Proceso de **cierre**
del **acuerdo**

DE VENDEDOR A ASESOR:

- De vendedor a asesor
- Como te posicionas y cómo te perciben
- ¿Conocemos sus necesidades y prioridades?
- ¿Qué variables analizan los clientes?
- ¿A qué dedicamos nuestro tiempo?
- Matriz de producción-tareas en ingresos- rentabilidad
- La confianza como palanca clave

PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA:

- Quién hace qué. Distribuciones de roles.
- Herramienta: Proceso de decisión compra B2B

GESTIÓN DEL MIEDO:

- Gestionando sin temores
- ¿Qué es el miedo? ¿Como ocurre?
- Tipos de miedos
- Miedos y temores en las organizaciones
- Gestionando con miedo

FACILITAR EL CAMBIO:

- Gestión del cambio
- Fuentes de resistencia organizacional
- Componentes de un cambio efectivo
- Factores que facilitan el cambio
- La gestión en entornos VUCA
- Enemigos del cambio

ELEVATOR PITCH

- ¿Qué es un Elevator Pitch?
- El arte de influir y convencer a tus clientes
- Estrategias de comunicación efectiva
- Técnicas y herramientas

GESTIÓN DE OBJECCIONES

- Introducción a la gestión de objeciones
- Estrategias a seguir
- Técnicas y recomendaciones

NEGOCIACIÓN

- El proceso de la negociación
- Estrategias
- Técnicas
- Habilidades y competencias

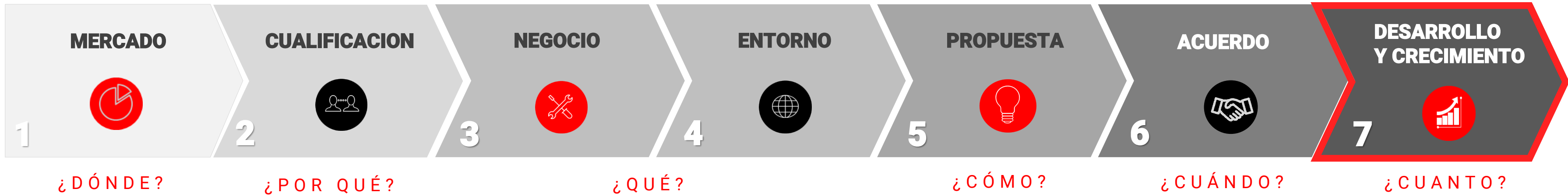
VALIDACIÓN Y CIERRE

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling

¿CUÁLES SON LOS | MÓDULOS Y SESIONES?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



Desarrollo del potencial **crecimiento** de negocio

ANALIZA CÓMO ESTÁS CRECIENDO:

- Asesment: ¿Cómo estoy creciendo?

CICLO DE VIDA DEL VALOR DEL CLIENTE (CLV)

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE CRECIMIENTO:

- ¿Por qué necesitamos crecer?
- Análisis y alternativas: Crecimiento productos-servicios y mercado
 - o Análisis de los clientes
 - o Tendencias ecosistema y entorno
 - o Análisis Productos y servicios
- Herramientas de análisis
 - o **Productos-Mercado | Matriz BCG** (Boston Consulting Group)
 - o **Desarrollo Posición-Mercado | Matriz GE** (General Electric)
 - o **Crecimiento Productos-Mercado | Matriz Ansoff**
 - o **Etapas del ciclo de vida del Producto e integración de la Matriz de BCG (Productos-Mercado)**
 - o **Modelo Riesgo –Fracaso Matriz George S. Day**
 - o Gestionando el portfolio de productos-servicios

CRECIMIENTO DE NEGOCIO:

- Introducción al crecimiento
- Proceso
 - o Desarrolla el perfil de tu cliente actual
 - o Identifica el proceso de compra
 - o Entiende y gestiona las expectativas
 - o Define tus fortalezas únicas
- Las generaciones
- Oportunidades de crecimiento
- Establecer objetivos de crecimiento

TÉCNICAS Y PALANCAS DE CRECIMIENTO:

- Introducción al Desarrollo de clientes
- Proceso de desarrollo de clientes
- Técnicas de crecimiento: Up-sell
- Técnicas de crecimiento: X-sell
- Técnicas de crecimiento: Attach
- Técnicas de crecimiento: Co-create

RECUPERACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES:

- Recuperación de Clientes dormidos e inactivos
- Gestión de incidencias
- Fidelización de cliente

OPORTUNIDAD EN NO CLIENTES: OCÉANOS AZULES

CRECER A TRAVÉS DE NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

- Crecer a través de nuevos modelos de negocio
- Palancas de los modelos de negocio
- 7 tipos de modelos de negocio

MODELOS DE NEGOCIO DE SUSCRIPCIÓN:

- Modelo de negocio de suscripción
- Modelo tradicional vs modelo de suscripción
- Suscripción vs Propiedad
- La nueva economía de la suscripción
- Cómo evolucionar el modelo actual al de suscripción
- Ejemplos de modelos en la industria del software 30-final
- Las ventajas, riesgos y recomendaciones del modelo de suscripción
- Principales métricas del modelo

CRECIMIENTO A TRAVÉS DE NUEVOS SERVICIOS:

- ¿Por qué necesitamos lanzar nuevos servicios?
- Identificar nuevos servicios
- Metodología y proceso
- Matriz de priorización
- Mínimo servicio viable (MSV)
- Cómo construir nuevos servicios partiendo de los actuales
- Marketing de servicios profesionales

CRECIMIENTO A TRAVÉS DE SERVICIOS PROFESIONALES

- Servicios Vs Productos
- Creación de servicios
- Claves para la transformación de productos a servicios
- Proceso de creación de marketing de servicios
- Ejemplos de Marketing de servicios

GESTIÓN DE OPORTUNIDADES:

- Funnel de ventas
- Pipeline: Diseño y gestión
- KPIs claves de venta

HERRAMIENTAS DE CONTROL Y SEGUIMIENTO

- Cuadro de mando integral BSC

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling

¿CUÁLES SON LOS | MÓDULOS Y SESIONES?

INTRODUCCIÓN Empieza por ti | Evolución de las ventas | Consultor de Ventas | Venta Consultiva | Metodología | De producto céntrico a cliente céntrico | La voz de cliente



LIDERAZGO RELACIONAL Y GESTIÓN DE EQUIPOS

- Liderazgo relacional y gestión de equipo
- Historia de los modelos de dirección
- Gestión del talento en entorno VUCA

CONCEPTO SÁNDWICH LÍDER-MANAGER

- Concepto sándwich líder-manager
- Que es un Líder
- Jefe vs Líder
- Liderazgo relacional

DE LA GESTIÓN POR TAREAS A LA GESTIÓN POR OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

- Que es el Talento
- De Tareas a objetivos y competencias
- Pasar del modelo económico-racional al trascendente
- La gestión por competencias
- Las competencias de un líder
- DAFO de competencias

DELEGACIÓN Y EMPOWERMENT:

- Delegar en tu equipo
- Empoderar a tu equipo

CONSECUCCIÓN DE OBJETIVOS A TRAVÉS DE LIDERAZGO LATERAL/SITUACIONAL

- Proceso de desarrollo de competencias
- Factores situacionales
- Gestionar situacionalmente
- Mapa de escenarios situacionales

MEJORA DEL RENDIMIENTO:

- Gestión de equipos
- Liderazgo de equipos de alto rendimiento
- Gestión del tiempo
- Reuniones eficientes

INTELIGENCIA EMOCIONAL:

- Inteligencia emocional y el Consultor de Ventas
- Las emociones, el entorno y el Cliente
- Conocerme y gestionarme
- Desarrollo de la Inteligencia Emocional
- Herramientas

TÉCNICAS DE VENTA B2B:

- Metodologías y técnicas de ventas
- Sandler Selling
- SPIN Selling
- Customer Centric Selling
- Baseline Selling
- Solution Selling
- Value Selling
- Insights Selling
- Challenger Selling
- Target Account Selling
- Strategic – Consultative Selling

LIDERAZGO Liderazgo relacional y gestión de equipos | Liderazgo lateral y situacional | Delegación y empowerment | Inteligencia emocional | Neuroventas | Gestión por tareas, objetivos y competencias. | Ética comercial

TÉCNICAS Técnicas de venta | Sandler Selling | SPIN Selling | Customer Centric Selling | Baseline Selling | Solution Selling | Value Selling | Insights Selling | Challenger Selling | Target Account Selling | Strategic Selling