CONTENIDO

IA OPERATIVA PARA EQUIPOS DE VENTAS

CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
09B03C01	Jesús Blanco	20 h	Medio

Dirigido a

Equipos comerciales, responsables de ventas, account managers, profesionales de desarrollo de negocio, personal de atención comercial y mandos intermedios que quieran incorporar IA a su actividad diaria.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumnado aprenderá a utilizar herramientas de inteligencia artificial para aplicar casos de uso comerciales con datos de forma segura, estructurar y revisar prompts, apoyar la prospección y la preparación de cuentas, personalizar mensajes, entrenar conversaciones, registrar y seguir oportunidades y medir la adopción de la IA en el equipo comercial.

COMPETENCIAS

1. Identificar usos operativos de IA y aplicar criterios básicos de uso seguro de datos para incorporar mejoras fiables en distintas fases del ciclo comercial.
2. Estructurar, iterar y revisar prompts comerciales para obtener resultados útiles, verificables y reutilizables en diferentes tareas del trabajo de ventas.
3. Aplicar IA en la prospección comercial para definir perfiles, priorizar señales y enriquecer información útil al construir listas de prospectos cualificados.
4. Utilizar IA para reunir, estructurar y verificar información de cuentas y clientes para preparar contactos comerciales con hipótesis y objetivos mejor fundamentados.
5. Crear y revisar mensajes comerciales personalizados con IA para adaptar el contenido al canal de contacto sin perder pertinencia ni criterio profesional.
6. Utilizar IA para preparar y simular conversaciones comerciales, responder objeciones y generar apoyos para reuniones manteniendo el criterio profesional durante la interacción.
7. Utilizar IA para registrar interacciones, adaptar propuestas y organizar seguimientos comerciales mediante automatizaciones ligeras con puntos claros de supervisión humana.
8. Evaluar el impacto y los riesgos del uso de IA en ventas para establecer métricas, rutinas de adopción y reglas operativas del equipo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Priorizar tareas comerciales repetibles según valor, frecuencia, esfuerzo, calidad y nivel de riesgo para seleccionar usos de IA con sentido operativo. Clasificar datos de clientes y aplicar reglas básicas de RGPD, confidencialidad y verificación humana antes de utilizarlos con herramientas de IA.
2. Construir prompts comerciales incorporando rol, tarea, objetivo, contexto, audiencia, restricciones y criterios de salida acordes con la necesidad planteada. Refinar y verificar resultados de IA revisando fuentes y calidad comercial para convertir buenos prompts en recursos reutilizables por el equipo.
3. Definir el perfil de cliente ideal y seleccionar fuentes y señales útiles para priorizar prospectos según criterios comerciales previamente establecidos. Enriquecer información para desarrollar listas comerciales cualificadas y reconocer el uso de agentes de IA aplicado a tareas de prospección.
4. Seleccionar y organizar información sobre cuenta, interlocutor, sector, competencia y señales recientes para construir un briefing comercial previo al contacto. Formular hipótesis comerciales y verificar fuentes, fechas y datos críticos antes de utilizarlos para orientar una reunión o conversación con clientes.
5. Diferenciar personalización real y superficial para incorporar información relevante del cliente en mensajes comerciales generados con apoyo de herramientas de IA. Adaptar mensajes a correo, LinkedIn y llamada aplicando una revisión previa que compruebe adecuación, claridad y coherencia antes de utilizarlos.
6. Preparar agendas, preguntas de descubrimiento y simulaciones de perfiles de cliente para ensayar conversaciones comerciales con objetivos y contexto definidos previamente. Practicar respuestas ante objeciones de precio, urgencia, competencia, confianza, riesgo y encaje utilizando argumentos de valor y preguntas para recuperar contexto. Generar presentaciones, materiales de apoyo y recursos de IA para acompañar reuniones comerciales sin sustituir la valoración profesional de la interacción.
7. Transformar notas y transcripciones de reuniones en resúmenes y datos estructurados para mantener un registro comercial útil y coherente en el CRM. Adaptar propuestas y mensajes de seguimiento según los interlocutores para mantener continuidad comercial después de las reuniones y próximos contactos previstos. Diseñar secuencias simples de seguimiento y automatización definiendo qué tareas pueden automatizarse y qué puntos requieren control humano durante el proceso.
8. Diferenciar actividad, eficiencia y resultado comercial para medir productividad, calidad y evolución de oportunidades antes y después de introducir herramientas de IA. Identificar riesgos comerciales y reputacionales y establecer rutinas, responsables, pilotos y reglas de uso para sostener una adopción supervisada en el equipo.

CONTENIDOS

Unidad 1. Casos de uso de IA en ventas y uso seguro de datos
1. IA aplicada al ciclo comercial
2. Mapa de tareas del ciclo comercial
3. Identificación de tareas repetibles en el ciclo según: Valor, frecuencia, esfuerzo, calidad y nivel de riesgo
4. Clasificación básica de datos de clientes. Cuáles se pueden usar y cuáles no
   4.1 Públicos
   4.2 Internos
   4.3 Confidenciales
   4.4 Personales
5. Reglas básicas: RGPD, confidencialidad y verificación humana

Unidad 2. Prompting comercial: estructura y revisión de calidad
1. Estructura operativa del prompt comercial
   1.1 Rol, tarea, objetivo, contexto, audiencia e información complementaria
   1.2 Restricciones y criterios de salida
2. Iterar y refinar: del primer borrador al resultado útil
3. Revisión y verificación de fuentes de calidad comercial
4. Creación de una biblioteca reutilizable de prompts

Unidad 3. Prospección asistida y listas cualificadas
1. Definición del perfil de cliente ideal
2. Fuentes de información para la prospección
3. Señales útiles para priorizar prospectos
4. Enriquecimiento de información para desarrollar listas comerciales cualificadas
5. Diseño de agentes. Ejemplo de agente de prospección

Unidad 4. Preparación de cuentas y clientes con IA
1. Información útil antes del contacto: cuenta, interlocutor, sector, entorno competitivo y señales recientes
2. Estructura del briefing de cuenta
   1. Situación
   2. Interlocutores
   3. Necesidades probadas
   4. Oportunidades
   5. Riesgos
   6. Preguntas
   7. Objetivo de la reunión

3. Formulación de hipótesis comerciales
4. Verificación de fuentes, fechas y datos críticos

Unidad 5. Mensajes personalizados por canal
1. Personalización real frente a personalización superficial
2. Mensajes por canal de contacto
   2.1 Correo breve de prospección
   2.2 Mensaje inicial en LinkedIn
   2.3 Guion base de llamada
3. Checklist de revisión antes de enviar

Unidad 6. Conversaciones comerciales y gestión de objeciones
1. Preparación de la agenda y estructura de la reunión
2. Preguntas de descubrimiento y consultivas
3. Simulación de perfiles de cliente
4. Simulación guiada de objeciones frecuentes
   4.1 Precio, urgencia y competencia
   4.2 Confianza, riesgo y encaje
5. Respuestas comerciales con criterio profesional
   5.1 Argumentos basados en valor
   5.2 Preguntas para recuperar contexto
6. Generación de presentaciones y materiales de apoyo
7. Herramientas de IA que acompañan y apoyan durante la reunión comercial

Unidad 7. Registro, seguimiento y automatización ligera
1. De la reunión al registro
   1.1 Resúmenes desde notas y transcripciones
   1.2 Datos comerciales bien estructurados en el CRM
2. Adaptación de propuestas según interlocutores
3. Mensajes de seguimiento tras reuniones
4. Secuencias simples de seguimiento comercial
5. Automatización ligera y supervisada
   5.1 Qué automatizar y qué no
   5.2 Puntos de control humano

Unidad 8. Métricas, adopción y reglas de uso del equipo
1. Qué medir antes y después de introducir la IA en el proceso comercial. Diferencia entre actividad, eficiencia y resultado comercial
2. Indicadores prácticos de impacto comercial
 2.1. Productividad: Tiempos de preparación, registro y elaboración de propuestas
 2.2. Calidad: Personalización, errores, grados de edición y calidad del registro

2.3. Comerciales: Respuesta obtenidas, avances de oportunidades, duración del ciclo y conversión
3. Riesgos comerciales y reputacionales
4. Rutinas de adopción y reglas de uso del equipo
4. 1. Responsable de revisión y mantenimiento
4. 2. Diseños de pilotos y planes de adopción