Hábilon elearning

# CONTENIDO

# IA COMERCIAL ESENCIAL

| CÓDIGO | AUTOR | DURACIÓN ESTIMADA | NIVEL DE FORMACIÓN |
|---|---|---|---|
| 09B03C02 | Jesús Blanco | 12 h | Medio |

## Dirigido a

*Profesionales de ventas, account managers, responsables comerciales, perfiles de desarrollo de negocio y equipos de pymes que quieran incorporar la IA de forma práctica y segura a sus tareas comerciales habituales.*

## Descripción

*Con este contenido de curso profesional el alumnado aprenderá a aplicar la IA en tareas esenciales del ciclo comercial. Se priorizarán la selección de casos de uso y el tratamiento seguro de datos, la creación y revisión de prompts, la preparación de cuentas, la personalización de mensajes por canal y el registro y seguimiento de oportunidades mediante automatizaciones ligeras con supervisión humana.*

## 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. Utilizar IA para reunir, estructurar y verificar información de cuentas y clientes para preparar contactos comerciales con hipótesis y objetivos mejor fundamentados.
4. Crear y revisar mensajes comerciales personalizados con IA para adaptar el contenido al canal de contacto sin perder pertinencia ni criterio profesional.
5. Utilizar IA para registrar interacciones, adaptar propuestas y organizar seguimientos comerciales mediante automatizaciones ligeras con puntos claros de supervisión humana.

## 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. 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.

4. 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.
5. 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.

## 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. 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 4. 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 5. 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