Hábilon elearning

CONTENIDO

CONVERSACIONES Y SEGUIMIENTO CON IA EN VENTAS

CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
09B03C04	Jesús Blanco	12 h	Medio

Dirigido a

Profesionales comerciales, account managers, responsables de ventas y equipos de atención comercial que quieran preparar mejor sus reuniones, gestionar objeciones y organizar el seguimiento de oportunidades con apoyo de la IA.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumnado aprenderá a utilizar la IA antes, durante y después de las conversaciones comerciales. Se priorizarán la preparación de cuentas y reuniones, la simulación de clientes y objeciones, la generación de materiales de apoyo, el registro en CRM, las secuencias de seguimiento y la medición de resultados mediante reglas de uso y control humano.

COMPETENCIAS

1. Utilizar IA para reunir, estructurar y verificar información de cuentas y clientes para preparar contactos comerciales con hipótesis y objetivos mejor fundamentados.
2. Utilizar IA para preparar y simular conversaciones comerciales, responder objeciones y generar apoyos para reuniones manteniendo el criterio profesional durante la interacción.
3. Utilizar IA para registrar interacciones, adaptar propuestas y organizar seguimientos comerciales mediante automatizaciones ligeras con puntos claros de supervisión humana.
4. 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. 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.
2. 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.
3. 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.

4. 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. 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 2. 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 3. 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 4. 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