

JUNIO, 2024

MASTER IN SALES.

Tabla de Contenidos:

¿Quiénes somos?	03
Descripción	04
¿Qué conseguirás?	05
Temario	09
¿Por qué nosotros?	20
Profesorado	23
Calendario de sesiones	27



1ª Escuela de Negocios Especializada en Ventas

¿Quiénes somos?

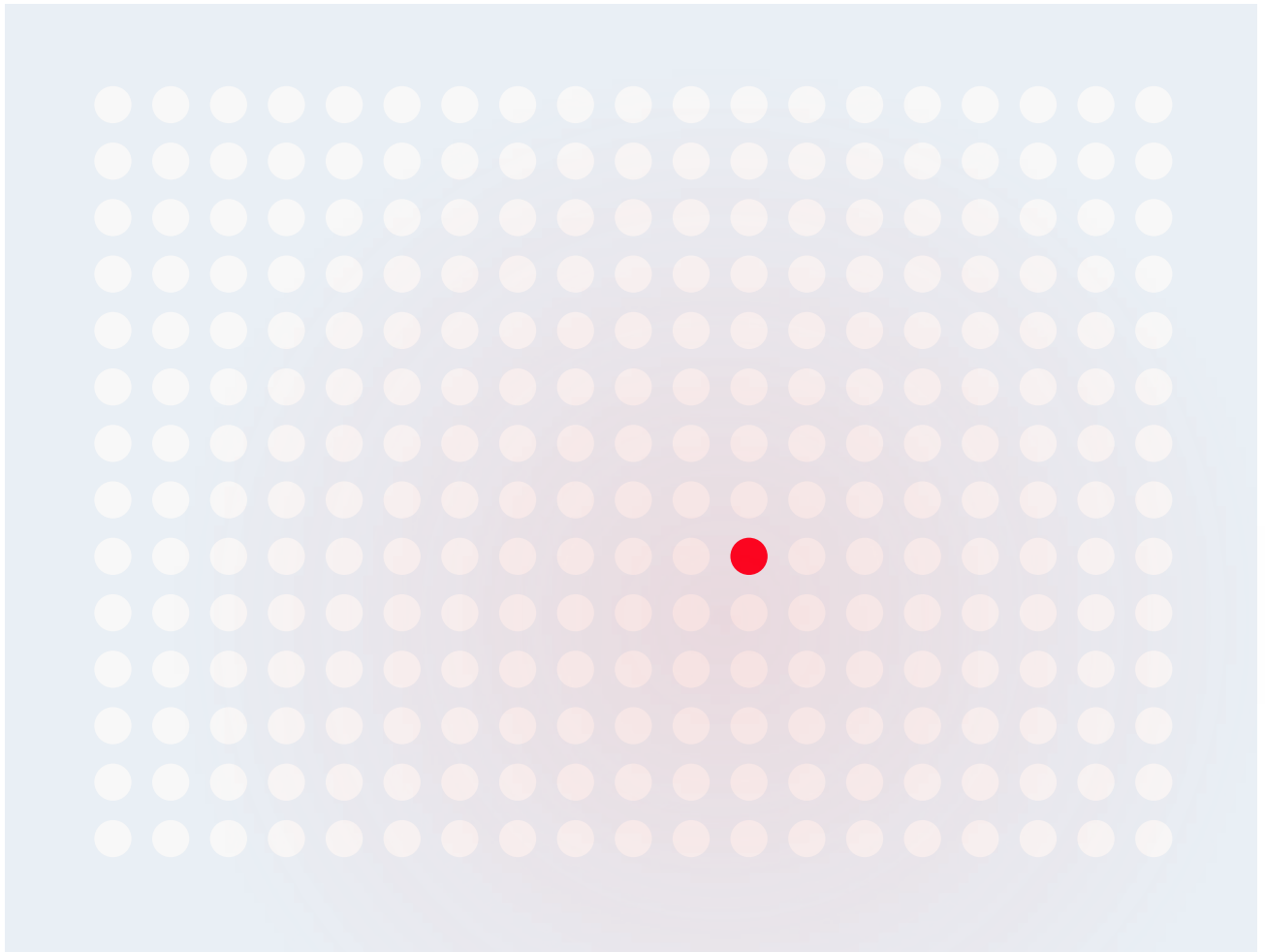


Sales Business School nació con el objetivo de profesionalizar la función comercial y la **Consultoría de Negocio**. Desde nuestros inicios, contamos con una experiencia de más de 30 años en diferentes sectores y países al más alto nivel.

Fruto de esta experiencia y de la detección de una necesidad en el mercado de los profesionales especializados en las **Ventas**, en **Sales Business School** damos prioridad a una enseñanza y un aprendizaje altamente práctico, participativo y experiencial.

¿De qué color es el punto diferente? — ¿Cuántos puntos blancos hay?

Nuestro cerebro está programado para ignorar lo común y recordar lo **diferente**



La especialización en Ventas constituye una diferenciación clara que destaca a los Ejecutivos de Negocio del futuro en un mar de perfiles, formados en programas comerciales desfasados que mezclan confusamente marketing y ventas.

Con un currículum multidisciplinar que combina la Estrategia de Negocio, la Consultoría de Ventas y la Metodología comercial de **Sales Business School**, este programa Máster está diseñado para llevarte al máximo nivel como Ejecutivo de Negocios y diferenciarte del resto.

El único Máster 100%
especializado en Ventas,
que te ayudará a impulsar
tu carrera comercial,
con visión estratégica
y gestionando el negocio
con los clientes de forma
sostenible y rentable.

Conviértete en el
Ejecutivo de Negocio
del futuro.

Las Ventas de productos o servicios siguen siendo la más importante de las actividades que realiza una empresa, no en vano constituyen la primera línea de cualquier cuenta de resultados.

La profesionalización de la actividad comercial, mediante formación específica en la más actualizada Metodología de Ventas es clave para mantenerse a la vanguardia del sector y triunfar en el complejo y dinámico entorno de los negocios del futuro.

JUNIO 2024

Únicamente los ejecutivos comerciales de máximo nivel cuentan con las habilidades y conocimientos necesarios para gestionar el negocio con los clientes de forma sostenible y rentable a largo plazo, contando con la visión estratégica de negocio necesaria para llevar a sus organizaciones a las mayores cotas de éxito.

El Master in Sales te permitirá alcanzar el máximo nivel como Ejecutivo de Negocios y posicionarte como la figura clave dentro de la estructura comercial de tu empresa.

*"el mundo empresarial
del presente necesita a los
ejecutivos de negocio del futuro"*



Master 100%
especializado
Ventas

¿Qué conseguirás con el Programa?



Formar parte de la élite de los Ejecutivos Comerciales

Desarrollar los conocimientos, habilidades y metodología comercial más actuales y adaptados a la nueva estructura del mercado para triunfar en el ámbito empresarial del futuro.



Posicionarte de forma diferenciada en el área comercial como Ejecutivo de Negocios.

Te certificarás como uno de los Ejecutivos Comerciales del futuro, adquiriendo una visión analítica y estratégica del entorno empresarial, desarrollando competencias directivas que combinan la Estrategia de Negocio, la Consultoría de Ventas y la Metodología comercial de **Sales Business School**.



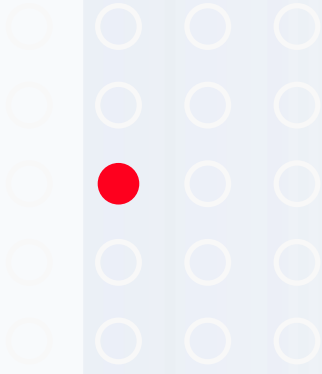
Formarte con Directivos de Ámbito Global especializados en Gestión de Negocio

Aprender de la mano de Directivos de Éxito con experiencia en las más grandes compañías de diferentes sectores y países y con amplia capacidad de formación en Ventas.



Triunfar en el complejo y dinámico entorno de los Negocios de Alto Rendimiento.

Aprender, gracias a una visión estratégica de negocio, a gestionar el negocio con los clientes de una manera sostenible y rentable, consiguiendo el éxito para su compañía.



*“El Programa Máster
que te certifica para **crecer**
en tu carrera comercial y,
en consecuencia, **ganar más**”*

**.ENFOQUE
MULTIDISCIPLINAR**

“Certifícate en el
Master in Sales
de Sales Business
School y forma
parte de la élite
de los Ejecutivos
Comerciales.”



Visión analítica y estratégica del entorno



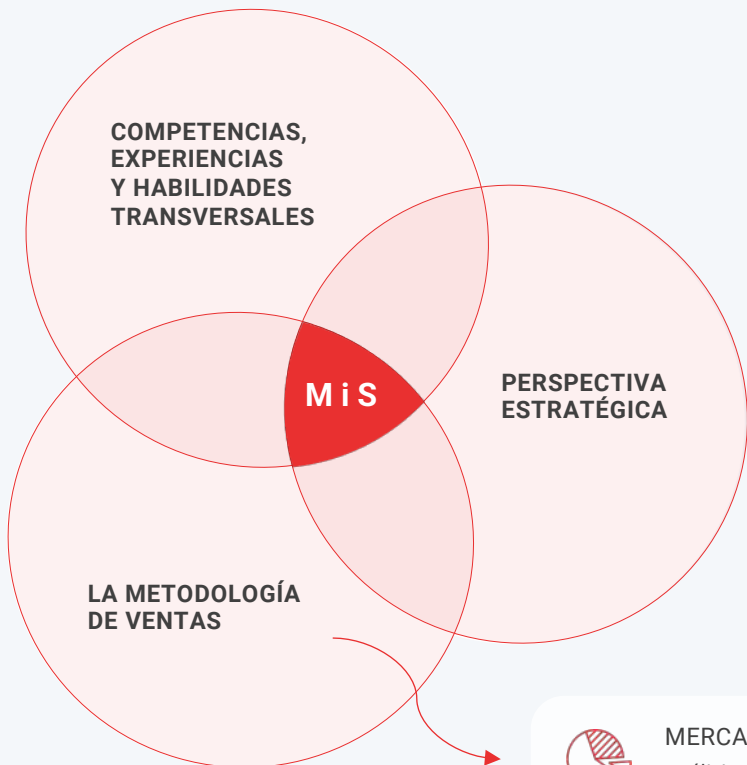
Competencias directivas para implementar
políticas de ventas y de negocio exitosas



Habilidades y metodología comerciales
más actuales

Obtén una visión analítica y estratégica del entorno empresarial, desarrolla las competencias directivas para implementar políticas de ventas y de negocio exitosas, uniéndote a la élite de los Ejecutivos Comerciales globales.

Áreas Formativas



Liderazgo | Inteligencia Emocional | Storytelling
 | Neuroventas | Experiencia del Cliente |
 Gestión de Grandes Cuentas | Distribución B2B |
 Retail | Modelos de Retribución | Compras

Plan Estratégico | Modelo de Negocio
 | Palancas de Desarrollo y Crecimiento | Ecosistema
 de Mercado | Casos de Negocio



MERCADO
 Análisis mercado potencial.
 Segmentación

IDENTIFICACIÓN
 Identificación, Ideación y pre-cualificación de Oportunidades.

CUALIFICACION
 Cualificación Oportunidad. Preguntas poderosas. Mapa de Poder

CO-CREACIÓN
 Propuesta de valor conjunta CON el cliente.

DESARROLLO Y CRECIMIENTO
 Estrategias de Desarrollo y Crecimiento sostenible y rentable.

NEGOCIACIÓN Y CIERRE
 Gestión de objeciones, negociación y acelerar el cierre del acuerdo.

Master in Sales (MiS)

SESIÓN

1

Entiende el papel del perfil comercial cómo máximo responsable de los ingresos de una empresa y el ejecutivo de negocio del futuro.

- Apertura del Programa
- Objetivos y Presentaciones
- Beneficios y Oportunidades del Master in Sales

Dirección Estratégica

SESIONES

2, 3 y 4

Entiende la importancia de integrar una visión holística de la estrategia empresarial y la comercial. Herramientas de análisis estratégico de negocio más avanzadas.

- Niveles, etapas y procesos de la Estrategia
- Análisis Interno (Empresa)
- Análisis Externo (Mercado)
- Estrategias de Posicionamiento y Desarrollo y Crecimiento
- Control y Seguimiento (Cuadro de Mando Integral)

Business Cases

Técnicas de Ventas Avanzadas

SESIONES

5 y 6

Descubre las técnicas de venta más actuales y aprende a utilizar las más adecuadas a cada tipo de segmento de cliente.

Las 10 técnicas y metodologías de Venta más importantes:

- | | |
|---------------------|--------------------------------------|
| 1. Sandler Selling | 6. Customer Centric Selling |
| 2. Solution Selling | 7. Baseline Selling |
| 3. Insight Selling | 8. Target Account Selling |
| 4. SPIN Selling | 9. The Challenger Sale |
| 5. Value Selling | 10. Strategic - Consultative Selling |

Business Cases



Estrategias Go-to-Market. Inbound & Outbound /Digital

SESIONES

7 y 8

Entiende las diferencias entre las estrategias Inbound y Outbound de ventas y las fases que las integran, aprendiendo a seleccionar la combinación más adecuada para el crecimiento de tu negocio.

- Estrategias Go-to-Market. Roles y Responsabilidades.
- Modelos de Ventas en la era digital.
- Transformación digital del proceso comercial.
- Herramientas de captación y gestión de clientes.

Modelo INBOUND (Digital)

- | | |
|---|-----------------------------|
| • Proceso y metodología | • Enlace ecosistema digital |
| • Determinación de perfiles objetivo y medios | • Sales Funnel Cicle (SFC) |
| • Posicionamiento de Empresa | • MQLs y SQLs |
| • Canales de Venta (Omnicanalidad) | • Clientes (Conversión) |

Business Cases

I. Cualificación de Oportunidades. Preguntas poderosas. Mapa de Poder

Validar con el cliente las propuestas y escenarios de colaboración de acuerdo a sus prioridades, motivaciones, intereses y requisitos.

Detectar capacidad de compra, así como los perfiles claves del proceso de decisión de compra.

- Preguntas Poderosas
- Dinámicas y Mapas de Poder
- Identificar oportunidades, objetivos, motivaciones y agenda
- Metodología BANT

II. Análisis de Mercado potencial y segmentación

Aprende a analizar el mercado potencial y detectar los segmentos a los que dirigirte.

- Cuantificar el Tamaño de Mercado.
TAM. SAM. SOM. MS
- Segmentación de Mercado
- Segmentación del Cliente
- Segmentación de las Personas

Taller Práctico

III. Identificación, Ideación y pre-cualificación de Oportunidades

Investigación de potenciales oportunidades con el cliente enfocadas a sus objetivos y retos.

- Sales Origination
- Propuesta de Valor
- Account Planning

Storytelling

SESIÓN
12

**El arte de contar historias.
Aprende a presentar la venta como
una experiencia extraordinaria.**

- Metodología y Estructura del Storytelling
- Storytelling Canvas
- Del Storytelling al Storydoing
- Elevator Pitch

IV. Co-creación, vender con el Cliente

SESIÓN
13

**"De vender al cliente, a vender CON el cliente"
Descubre el nuevo modelo de colaboración
comercial y cómo aportar valor al cliente.**

- Co-creación. El nuevo modelo de Colaboración Comercial
- Océanos Azules
- Propuesta de Valor Diferenciada

V. Gestión de Objeciones, Negociación y acelerar el Cierre. Acuerdo

SESIÓN
14

**Conoce las objeciones más comunes
de los clientes y aprende cómo superarlas**

- Gestión de Objeciones
- Negociación. Concepto y Componentes
- Metodología y Técnicas de Negociación Avanzada
- Proceso de Negociación
- Aceleración del Cierre. Modelo BAFO

Estrategia y proceso de Compras -"el otro lado de la mesa"

SESIÓN
15

Entiende el proceso de compras desde la perspectiva de tu interlocutor

- Compras vs. Ventas
- Nivel de madurez en Compras
- Las fases de desarrollo de un proyecto de Compras
- Matriz de Kraljic
- ¿Cómo te ven desde Compras?
- Gestión de proveedores
- Tendencias en Compras
- Cómo aprovecharlas para vender

Liderazgo Relacional en entornos VUCA-Bani

SESIÓN
16

Adquiere las habilidades de liderazgo necesarias para gestionar tus equipos comerciales y ayudar a tus vendedores a lograr los objetivos de negocio en el nuevo entorno VUCA

- Habilidades para liderazgo en entornos VUCA y su evolución BANI
- Liderazgo Relacional 360°
- Modelo TRACOM de Estilos Sociales
- Coaching de equipos de alto rendimiento
- Gestión del Cambio

Ejercicios y Casos Prácticos

Desarrollo de relaciones de Confianza

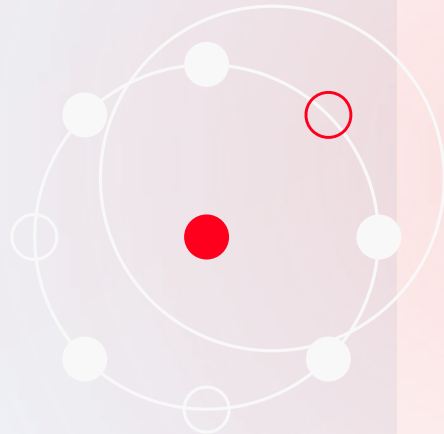
SESIÓN
17

Aprende a liderar las relaciones con tus clientes en entornos dinámicos, con las técnicas de la Venta por Confianza.

Identifica y aprende a trabajar con los *Social Styles* de tus interlocutores

- La venta por Confianza
- Modelos de Confianza. Fórmula de la Confianza
- Analizar el Perfil de los Interlocutores
- Construyendo Relaciones de Confianza con el Cliente
- Gestión de Relaciones

Ejercicios y Casos Prácticos



VI. Estrategias de Desarrollo y Crecimiento

SESIÓN
18

Entiende y aplica estrategias innovadoras que te permitirán desarrollar el negocio con el cliente, logrando un crecimiento sostenible y rentable.

- Desarrollo de Clientes. Actuales, perdidos y dormidos
- Estrategias de crecimiento: Up-Sell, X-sell y Attach
- Modelo Diamond

Ejercicios y Casos Prácticos

Transformación Comercial

SESIONES
19 y 20

Conoce los puntos clave para una Transformación Comercial exitosa poniendo el foco en los procesos, pero sobre todo en las personas.

- Personas y procesos
- Contratación y Asignación de territorio
- Mejora de la estrategia de ventas
- Establecimiento de objetivos inteligentes y gestión del rendimiento
- Automatización del proceso de ventas
- Pipeline Management y Forecasting

Ejercicios y Casos Prácticos

Plan de Ventas. Alineamiento con el Plan de Negocio

SESIÓN
21 y 22

Desarrolla el Plan de Ventas alineado con los principales objetivos Estratégicos de la empresa y establece los mecanismos de gestión y previsión e indicadores de seguimiento (KPIs) para conseguir los resultados.

- ¿Qué es y qué no es un Plan de Ventas?
- Alineamiento con Objetivos Estratégicos de Negocio
- Estructura del Plan de Ventas
- Mecanismos de Gestión y Previsión de Ventas
- Indicadores de Seguimiento (KPIs)

Ejercicios y Casos Prácticos

MASTER CLASS

Inteligencia Emocional

SESIÓN
23

- Inteligencia emocional (saber)
- Observar (descubrir)
- Gestionar emociones propias (conocer)
- Escuchar activamente
 - empatizar (entender)
- Cultivar la Resiliencia (crecer)
- Identificar “necesidades” (construir)
- Trabajar con otros (reforzar)

Taller práctico y participativo de simulación

MASTER CLASS

Neuroventas

SESIÓN
24

Aplicarás los principios y fundamentos de la neurociencia a la actividad comercial y de management de equipos.

- Fundamentos de la Neurociencia en la gestión de equipos
- La Neurociencia aplicada a las Ventas
- Neuromanagement. Criterios de Decisión
- Herramientas de análisis emocional
- Automatismos en la toma de decisiones
- Confianza y Gestión del Miedo



MASTER CLASS

La experiencia de Cliente y su impacto en Ventas

SESIÓN
25

Cómo se relaciona la empresa con sus clientes en todos los aspectos del recorrido de compra, desde el marketing hasta las ventas y el servicio al cliente pasando por cada punto de encuentro.

MASTERCLASS

El poder de la Actitud del Equipo

SESIÓN
26

Las claves de la Gestión de Equipos de Alto Rendimiento y el poder de la actitud en el desempeño.

MASTER CLASS

Estrategias de Ventas B2B - Canales de Distribución -

SESIÓN
27

Entiende el entorno y los principios de los Canales de Distribución en entornos B2B y analiza cómo se aplican.

MASTER CLASS

Estrategias de Ventas B2C - El modelo del Sector Retail -

SESIÓN
28

Analiza los retos y tendencias de Venta en el sector Retail, y cómo desarrollar las estrategias más adecuadas de omnicanalidad.

MASTER CLASS

Modelos de retribución comercial

SESIÓN
29

Conoce los nuevos sistemas de gestión del talento comercial con modelos de medición, motivación, retribución y compensación que permitan conseguir el máximo potencial de tu equipo de ventas.

- ¿Cómo se ha pagado a los equipos comerciales? Presente y futuro, y ¿ahora qué?, ¿Cómo pagamos?
- ¿Tipos de comerciales, comisiones diferentes?
- Producto o servicio, ¿Cómo vendemos y cómo cobramos?
- Evolución, bonus & comisión, eterno dilema
- Cuadros de mando, software de gestión comercial y los responsables de ventas, directores comerciales,
- ¿Qué hacemos y cómo les retribuimos?
- Factores para poder desarrollar un modelo, ¿Qué son las llaves?
- La emocionalidad en la venta, objetivos cuantitativos y cualitativos.
- El Esfuerzo en la venta

Ejercicios y Casos Prácticos

CERTIFICACIÓN

Caso Práctico Final & Test de Certificación

SESIÓN
30 y 31

La Actitud nos diferencia. El Método nos hace Únicos.

¿Por qué
Sales Business School?



EXPERIENCIA REAL
Y RECONOCIMIENTO
DEL MERCADO

Hemos trabajado de forma exitosa con empresas de **diversos sectores en una variedad de países**. Las grandes empresas españolas integran nuestros Programas en su **formación a los equipos** internos.



PRÁCTICO
Y ACTUALIZADO

Nuestros Programas de formación contienen las técnicas, estrategias y la Metodología actualizada de Ventas y se complementan con **contenidos y casos prácticos reales**.



VIDEOCONFERENCIA
EN DIRECTO DINÁMICO

Ofrecemos sesiones dinámicas y en directo en formato de videoconferencia para que puedas obtener **un feedback individual y personalizado**.



FORMACIÓN
CERTIFICADA

Una **Certificación** demandada por las **más importantes compañías del mercado** que se basa en la evaluación de Casos Prácticos, Test de Conocimientos y valoración cualitativa individualizada.



*¿Por qué
Sales Business School?*

Alianza Estratégica con Harvard



CONTENIDOS Y CASOS PRÁCTICOS DE HARVARD BUSINESS PUBLISHING

Nuestra alianza estratégica con Harvard Business Publishing nos permite ofrecer a nuestros alumnos una selección de contenidos de referencia -obtenidos de su base de datos compuesta por más de 50.000 artículos, documentos y casos prácticos de referencia-, que invitan a la reflexión y al análisis, para poder hacer frente a los nuevos retos y desafíos que presenta el mercado actual.

Los módulos y sesiones de los Programas de formación se complementan con contenidos y casos prácticos extraídos directamente de esta prestigiosa Escuela.



Sin una **Metodología**, las ventas son accidentales y no tienen recorrido.

METODOLOGÍA ACTUALIZADA Y PROBADA

El contenido formativo de Master in Sales se basa en la Metodología de ventas actualizada.

La Metodología provee a nuestros alumnos de una estructura de etapas clave durante todo el proceso de Ventas y permite predecir las oportunidades y áreas de mejora en cada caso.

¿Por qué
Sales Business School?

Profesorado de prestigio

Integrado por algunos
de los más experimentados
Ejecutivos Comerciales
de España y el mundo.

Conoce a nuestros Profesores

Te certificarás de la mano de los profesores de
Sales Business School, un grupo diverso de
Ejecutivos de ámbito global con una amplia
capacidad formativa y una dilatada experiencia
en grandes compañías de diferentes sectores y
países.



Víctor Costa

Licenciado en Ciencias Empresariales, Máster en Dirección Comercial y Marketing en el IE Business School y Máster en Intl. Management (INSEAD), ha trabajado durante 14 años en MICROSOFT y es fundador y CEO de ADVANCED CONSULTING y SALES BUSINESS SCHOOL



Javier Baselga

Licenciado en ADE en Madrid y graduado en la Dublin Business School. Ha trabajado en Salesforce, Yext España y actualmente en Google.



Diego San Román

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales en la UCM y MBA en la Universidad de Denver.

Ha realizado tareas de dirección en HP, SAMSUNG, MICROSOFT y DOMINION. En la actualidad es Director General de 24GENETICS y Socio Propietario de GARRISON GROUP..



Juan Ignacio Pérez

Ingeniero Superior en Organización Industrial por la UPM, MBA por el IESE.

Actualmente es Consultor estratégico de empresas de primer nivel y Consultor de Formación en estrategia, ventas y Marketing en la Cámara de Comercio de Madrid y en la Universidad Europea. Doctorando en Neuroventas.





Gabriel Martín

Licenciado en Derecho por la Universidad San Pablo CEU. Country Manager Business Objects (SAP).

Senior Regional Director (Symantec).
Area Vice President (Commvault).



Jairo Ramos

Ldo. Administración y Dirección de Empresas (ESERP), Máster Dirección Comercial (ESERP). Ha sido Directivo en BuyPower, Uriach y actualmente Profesor Asociado en Tecnocampus y Global Sourcing Manager en TOWA PHARMA.



Joaquín Rodrigo

Estudió Marketing y Gestión de Marketing en la Universidad de San Francisco, MBA en el Instituto de Empresa. Actualmente es Director General de Sandoz para España y Portugal y Presidente de BIOSIM



Santiago Castro

Licenciado en Economía y Máster de Dirección en Yale. Ha trabajado en BOOZ-ALLEN & HAMILTON como Business Consultant, OLIVER WYMAN, PROCTER&GAMBLE, ADVANCED CONSULTING. Experto en Inteligencia Emocional Comercial.



Javier Gallardo

Economista (Universidad Carlos III de Madrid) con postgrado en IESE (Customer Experience), ha trabajado durante 20 años en Sage. Actual Director de Experiencia de Clientes y Customer Success



Josep Gendra

Ldo. Psicología de la Educación (UAB) Máster (Univ. de Barcelona) y Postgrado Gestión rentable de clientes (ESADE). Experto en Coaching y Liderazgo. Ha sido Directivo en Generali y actualmente Directivo en REALE Seguros.



Cristina Sandín G

Estudió Marketing en la Universidad CEU San Pablo, MBA en EAE y máster en Social Media Management.

Ha realizado tareas de Dirección en PHILIPS, OGILVY y HAKAWATI CAFE.



Roberto Espinosa

Economista (Univ. de Valladolid y San Diego). Ha sido Directivo de Intel en España y Europa durante más de 15 años y Senior Business Manager en Tech Data Europa. Actualmente es Director para el Sur de Europa en ULTIMAKER.





Francisco Torres-Brizuela

Ingeniero Industrial por la Pontificia Universidad Católica Argentina, Executive MBA en IE Business School y IMD Business Management. Ha desempeñado funciones directivas para DATALOGIC como General Manager para Iberia y Region Manager EMEA. Actualmente, es Channel, Alliances & Cloud SP's Director Iberoamerica en NETAPP y profesor de Sales Business School.



Luis Hidalgo

Licenciado en Derecho Laboral por la Universidad Autónoma de Madrid, Master en Gestión de RRHH. Ha desarrollado funciones directivas para IKEA, DHL y SAGE.

Actualmente, es Managing Partner en DeCV&Partners y profesor de Sales Business School.



Salvador Cayón

Salvador Cayón es natural de Cantabria, licenciado en Ciencias Físicas por la Universidad de Cantabria.

Con más de 25 años de experiencia en el sector de las TI y más de 18 dentro de HP, Salvador ha desarrollado casi toda su trayectoria profesional en empresas tecnológicas en las áreas de Ventas, Marketing, Desarrollo de Negocio y Alianzas, trabajando en entornos tanto de grandes empresas, pymes y profesionales, como de consumidor final.

Hoy Salvador forma parte del consejo de dirección de HP como Director de Ventas para España y Portugal y es el responsable de definir la estrategia comercial de HP para el mercado de Consumo, Pymes y Gran Cuenta, liderando la transformación de la compañía hacia un modelo de "omnicanalidad" que asegure la mejor experiencia de los usuarios y clientes con los productos tecnológicos que comercializa HP.



Juan Allende

Económicas y Empresariales (Universidad Complutense de Madrid). MBA (IE Business School). International Strategy (London BS). Máster en Humanidades y cursando Doctorado (UFV).

Certificado Directivo-Coach (Universidad Francisco de Vitoria) y Buen Gobierno (Instituto de Consejeros-Administradores). Diplomado en Logoterapia (Logoforo) y Miembro del Comité de COMPLIANCE Certifica España.

Ha trabajado en TELETTRA, Computer Cash & Carry, Amper SA, Grupo CYS, Freetech Networks Consulting, MOBIUS y ADVANCED CONSULTING (SBS).



Carlos Frutos

Estudió Ingeniería de Telecomunicación en la U. Politécnica de Madrid. Con más de 35 años de experiencia profesional, ha ocupado posiciones de Dirección en las áreas de Estrategia, Marketing, Alianzas, Preventa y Comercial (venta directa y canal) en compañías nacionales e internacionales: MICRONET, INFORMATICA EL CORTE INGLÉS, DINSA y SOFTWARE AG.

Experto en Marketing, Comunicación y Desarrollo e Innovación de Negocio en diferentes sectores: TIC, Banca, Seguros, Farma...

Es profesor en Sales Business School impartiendo diferentes programas de dirección, desde hace 4 años.



Esto es lo que **opinan** los **alumnos** de nuestra Escuela.



Francesc Sonnenstein
★★★★★

G

Formación muy completa, engloba el proceso integral, aporta documentación exquisita soportado por unas sesiones online de primer nivel



Mònica F. Gallart
★★★★★

G

Una escuela de negocio que permite a los que nos apasiona la venta podamos seguir formándonos, adquiriendo **nuevos conocimientos, experiencias prácticas de éxito en el mercado.** Además, nos conectamos con otros profesionales haciendo **networking** que nos puede ayudar profesionalmente sin duda.



David Sánchez
★★★★★

G

Una **formación de calidad**, con mucho y buen contenido y profesores con mucha experiencia. Muy recomendable para entornos de **venta B2B**

Juan Alberto Garrido Parras
★★★★★

G

Muy buena experiencia. Muy recomendable para todas las personas que pertenezcan al equipo de ventas y quieran profesionalizar esta magnífica profesión como se debe.



Miguel Ángel García Pérez
★★★★★

G

Gran escuela donde con **clases magistrales sobre ventas** junto con un trabajo intenso en múltiples **casos reales** he aprendido un montón sobre cómo mejorar en ventas. Altamente recomendable si quieres convertirte en un verdadero consultor de ventas. **Profesionales excepcionales.**



Juan Pérez
★★★★★
@username

G

Totalmente recomendable!!! Muy **ameno y con profesores, muy profesionales.** Todos los temas muy constructivos y del día a día.

Guillermo Cano Villanueva
★★★★★

G

La verdad que merece la pena hacer un curso con ellos. Grandes profesionales, buenos programas y gran trato y atención. Seguiremos creciendo juntos.

Alejandro Alén García-Bermejo
★★★★★

G

Totalmente recomendado para los responsables de ventas que quieran evolucionar

Alfonso Fernández Martínez
★★★★★

G

Muy agradecido. Os recomiendo totalmente esta formación. El equipo consultor es muy profesional y os enriquecerán con sus conocimientos y experiencias. Gracias Sales Business School.

Francisco González
★★★★★

G

Aparte de sus contenidos, que son fantásticos y muy completos, los profesores disponen de una gran experiencia en el ámbito en el que están, además, gracias a que han trabajado en empresas de renombre, **he podido absorber toda la experiencia que tenían.** Gracias por todos vuestros conocimientos, **me ha ayudado a mejorar en el ámbito de Ventas.**

Pablo BM
★★★★★

G

Estupenda formación, con ponentes de un nivel profesional muy elevado. Igual que los compañeros, lo que hace que la experiencia general sea muy fructífera.

Ana Ortiz
★★★★★

G

Una visión muy interesante de la



Mauricio Chona Quevedo
★★★★★

G

Sin lugar a duda **una de las mejores inversiones que he podido hacer, grandes instructores** con amplia experiencia, **grandes compañeros** y **múltiples herramientas** para hacer cada día mejor nuestro proceso comercial.

Carlos Martín
★★★★★

G

El programa ha puesto a mi disposición **herramientas de consultoría que he podido aplicar** a mi desempeño profesional **de forma inmediata y con facilidad.** La **documentación de apoyo se ha convertido en un recurso útil, en formas que no había previsto.** Muy satisfecho.

David Beneitez
★★★★★

G

Modelo de formación diferencial, programación perfectamente combinable con el horario de trabajo. Formadores y equipos técnico-administrativo dispuestos y servicial. una gran experiencia con el programa de formación para consultores de ventas, desaprender para crecer!



J. Norberto Morales S.
★★★★★

G

+90K

Profesionales formados en Ventas

9,7

Índice de Satisfacción

11

Países donde hemos trabajado

+30

Años formando profesionales de Ventas

CALENDARIO DE SESIONES JUNIO 2024.

	FECHA	HORA	PROFESOR	MÓDULO
S1	Martes 11 junio	19:00 22:00	Víctor Costa	Apertura y presentación del Programa MASTER IN SALES. Introducción
S2	Jueves 13 junio	19:00 22:00	Víctor Costa	Dirección Estratégica I
S3	Martes 18 junio	19:00 22:00	Víctor Costa	Dirección Estratégica II
S4	Jueves 20 junio	19:00 22:00	Víctor Costa	Dirección Estratégica III
S5	Martes 25 junio	19:00 22:00	Roberto Espinosa	Técnicas de Ventas Avanzadas I
S6	Jueves 27 junio	19:00 22:00	Roberto Espinosa	Técnicas de Ventas Avanzadas II. Caso práctico
S7	Martes 02 julio	19:00 22:00	Diego San Román	Go-to-Market: Outbound & Inbound Digital I
S8	Jueves 04 julio	19:00 22:00	Diego San Román	Go-to-Market: Outbound & Inbound Digital II
S9	Martes 09 julio	19:00 22:00	Javier Baselga	Metodología de Ventas I: Cualificación de Oportunidades. Preguntas poderosas. Mapa de Poder
S10	Jueves 11 julio	19:00 22:00	Juan Ignacio Pérez	Metodología de Ventas II: Análisis mercado potencial. Segmentación
S11	Martes 16 julio	19:00 22:00	Juan Ignacio Pérez	Metodología de Ventas III: Identificación, Ideación y pre-cualificación de Oportunidades
S12	Martes 10 septiembre	19:00 22:00	Cristina Sandín	Storytelling. Vender como experiencia extraordinaria
S13	Jueves 12 septiembre	19:00 22:00	Carlos Frutos	Metodología de Ventas IV: Co-creación, vender con el Cliente
S14	Martes 17 septiembre	19:00 22:00	Juan Allende	Metodología de Ventas V: Gestión de objeciones y negociación y acelerar el cierre
S15	Jueves 19 septiembre	19:00 22:00	Jairo Ramos	Estrategia y proceso de Compras ("el otro lado de la mesa")
S16	Martes 24 septiembre	19:00 22:00	Juan Allende	Liderazgo Relacional en entornos VUCA-BANI
S17	Jueves 26 septiembre	19:00 22:00	Juan Allende	Desarrollo de relaciones de Confianza
S18	Martes 01 octubre	19:00 22:00	Carlos Frutos	Metodología de Ventas VI: Estrategias de Desarrollo y Crecimiento
S19	Jueves 03 octubre	19:00 22:00	Gabriel Martín	Transformación Comercial I
S20	Martes 08 octubre	19:00 22:00	Gabriel Martín	Transformación Comercial II
S21	Jueves 10 octubre	19:00 22:00	Juan Ignacio Pérez	Plan de Ventas. Alineamiento con el Plan de Negocio I
S22	Martes 15 octubre	19:00 22:00	Juan Ignacio Pérez	Plan de Ventas. Alineamiento con el Plan de Negocio II
S23	Jueves 17 octubre	19:00 22:00	Santiago Castro	Inteligencia emocional
S24	Martes 22 octubre	19:00 22:00	Josep Gendra	Neuroventas
S25	Jueves 24 octubre	19:00 22:00	Javier Gallardo	La experiencia de Cliente y su impacto en Ventas
S26	Martes 29 octubre	19:00 22:00	Joaquín Rodrigo	Master Class. El poder de la actitud del Equipo
S27	Jueves 31 octubre	19:00 22:00	Francisco Torres-Brizuela	Master Class. Estrategia de Venta a Canales de Distribución / Partners
S28	Martes 05 noviembre	19:00 22:00	Salvador Cayón	Master Class. Estrategia de Venta a Retail
S29	Jueves 07 noviembre	19:00 22:00	Luis Hidalgo	Master Class. Modelos de retribución comercial
S30	Martes 12 noviembre	19:00 21:00	Javier Baselga	Caso Final
S31	Jueves 14 noviembre	19:00 21:00	Víctor Costa	Test final de Certificación.

- Requisito indispensable: superar el 75% de asistencia para certificarte. Si no puedes asistir a alguna sesión, avísanos con antelación y la dejaremos grabada.
- Las sesiones pueden estar sujetas a cambios de fecha, ya que los profesores son profesionales en activo.

MODALIDAD

Videoconferencia
en vivo y en directo

IDIOMAS

Español

INICIO

11 de junio de 2024

DURACIÓN

11/06 - 14/11/24
31 sesiones
4 meses

HORARIO EJECUTIVO

19:00h – 22:00h

PRECIO

7.500 €

* *Financiación para particulares – Sequra*

* *Bonificable para empresas – en España
a través Fundae*

[SOLICITAR
INSCRIPCIÓN](#)



Bonificable para **Empresas** | Financiación para **Particulares**

sequra


fundae.es



Sales

Best-in-Class Selling!

Cl. de la Azalea, 1, 28109 Madrid
Teléfono : 917 874 746
www.salesbusinessschool.es

facebook.com/salesbusinessschool/

instagram.com/salesbusinessschool/

linkedin.com/school/salesbusinessschool/

open.spotify.com/show/2SuA0C1B99TRG0gclwj0x0

youtube.com/channel/UCvrYxAzYjdaK1YiJps6Znmg



— **Master
in Sales**