



TALLER TEÓRICO PRÁCTICO PARA VENDEDORES

Economía de la automatización industrial

COMO DIFERENCIARSE CUANTIFICANDO EL
VALOR AGREGADO DE LAS OFERTAS



**ALEJANDRO
SÁNCHEZ**
ASESORÍA EMPRESARIAL

Comprometidos con la construcción de una nueva y mejor versión de profesionales y empresas

Alejandro Sánchez asesoría empresarial es una empresa colombiana cuyo objetivo es el mejoramiento de las habilidades comerciales, promocionales y de servicio de sus clientes, a partir de actividades de capacitación, entrenamiento y consultoría.

La organización reconoce que las habilidades blandas, las finanzas aplicadas, la tecnología de datos y la inteligencia artificial son herramientas clave para alcanzar este propósito, por lo cual están presentes con frecuencia en su portafolio y en el desarrollo de sus actividades.

La innovación en las modalidades de servicio caracteriza su estilo de trabajo. Por esta razón, ofrece a sus clientes una amplia variedad de opciones con altos niveles de personalización, en los que la tecnología juega un papel protagónico.

Su enfoque es eminentemente pragmático y está orientado a la resolución práctica de problemas reales que enfrentan sus clientes, en su mayoría institucionales, y cuya solución resulta vital para el crecimiento y consolidación de sus negocios.



No solo se trata de impactar e impresionar a los clientes. También es lograr que confíen.

Muchas oportunidades de venta se pierden porque los vendedores no hablan de manera contundente acerca del impacto que su producto, servicio o solución tiene en el negocio de sus clientes. Esto ocurre, entre otras cosas, porque tienden a enfocarse solamente en los aspectos cualitativos de su oferta (marca, prestigio, percepción de experticia, etc.), y no en aspectos cuantitativos que permitirían justificar numéricamente los beneficios entregados a sus clientes (% ahorro, % rentabilidad agregada, % reducción de consumo energético, etc.).

El no abordar las oportunidades de negocio de manera cuantitativa, hace que los clientes perciban gastos en vez de inversiones, ya que no se demuestra de qué manera y en qué monto se mejorarán sus operaciones y rentabilidad.

Es cierto que las decisiones de compra tienen un componente emocional en los clientes. Pero por muy fuerte que éste sea, siempre será necesario brindar la suficiente información cuantitativa como para racionalizar las decisiones tomadas (cosa que resulta ser más cierta entre más elevado sea el monto del negocio). Este hecho, para el caso de ofertas de inversiones o proyectos de automatización, obliga a cuantificar los beneficios incluidos en las ofertas.

El pensamiento y herramientas financieras son un muy buen recurso para lograrlo, y de ahí que sea necesario que los vendedores consultivos adquieran estas capacidades. Esa es la esencia de este taller.



ECONOMÍA DE LA AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
ALEJANDRO SÁNCHEZ ASESORÍA EMPRESARIAL 2025
BOGOTÁ DC., COLOMBIA.

Generar confianza cuantificando el beneficio ofrecido. Suena bien, pero también presenta sus desafíos.

Modificar el enfoque de una oferta B2B para incluir la cuantificación de los beneficios no es un simple cambio de discurso: es un cambio de mentalidad. Muchos vendedores están acostumbrados a hablar desde las características técnicas o el prestigio de la marca, pero cuantificar beneficios implica entender el negocio del cliente, hablar su idioma financiero y construir argumentos que respondan a la pregunta: ¿y esto en cuánto me mejora?

Este cambio presenta desafíos:

- ♦ Recopilar datos reales
- ♦ Traducir variables técnicas en indicadores económicos
- ♦ Trabajar más cerca del área de operaciones
- ♦ En ocasiones, desafiar lo que siempre se ha hecho.

Todo eso requiere preparación, investigación, colaboración con otras áreas y capacidad de análisis. Si se hace bien, el vendedor dejará de ser percibido como tal y empezará a ser visto como aliado estratégico. Pero si se hace mal, puede generar desconfianza y bloquear la venta. En B2B, hablar de retorno sin evidencia sólida es más riesgoso que no mencionarlo en absoluto.



¿Qué hacer para contar con vendedores consultivos que cuenten con pensamiento financiero?

En el taller teórico práctico para vendedores: “Economía de la automatización industrial”, se busca una combinación argumentativa entre lo técnico, lo comercial y lo financiero para que, tanto vendedores como organizaciones de venta puedan construir justificaciones de inversión de sus ofertas que sean más tangibles, medibles y demostrables, en un lenguaje que la alta dirección de los clientes pueda comprender en función de los intereses de su negocio.

Para lograrlo, realizaremos un ejercicio de ciencia comercial aplicada, en el cual abordaremos, a nivel teórico y a nivel práctico, aspectos clave de cara a un cambio de mentalidad en la actividad comercial de los participantes:

- ♦ Definiremos la automatización industrial desde la perspectiva del negocio de los clientes, y las motivaciones que ellos tienen para invertir.
- ♦ Estudiaremos los conceptos e indicadores financieros relevantes para el caso de plantas de producción industrial, así como su estructura económica.
- ♦ Aprenderemos a construir ofertas de soluciones de automatización industrial basadas en el valor financiero.
- ♦ También aprenderemos a sustentar y negociar dichas ofertas.

Un ejercicio apasionante, teniendo en cuenta que existe la oportunidad de entender cosas sobre las cuales, con frecuencia, los vendedores actúan a ciegas, y no necesariamente porque la información no esté disponible.



ECONOMÍA DE LA AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
ALEJANDRO SÁNCHEZ ASESORÍA EMPRESARIAL, 2025
BOGOTÁ DC., COLOMBIA.

¿Qué esperamos lograr con los participantes de un taller en economía de la automatización industrial?

- ♦ Que tengan la capacidad de vincular atributos técnicos de una solución con el impacto cuantificable en el negocio de los clientes, lo cual genera mayor confianza y credibilidad, y por lo tanto diferenciación respecto a los competidores.
- ♦ Que incorporen, en la medida justa, herramientas y análisis financieros como recurso de sustentación de sus ofertas.
- ♦ Que a partir de la vinculación de lo técnico con lo comercial y lo financiero, adquieran una reputación de expertos que eleve su prestigio y el de la organización que representan
- ♦ Atar la promesa de valor de sus ofertas con beneficios medibles y cuantificables para el negocio de sus clientes, y de ese modo ser mas contundentes en su argumentación.
- ♦ Que a partir de su nuevo enfoque, a priori más profesional, se incrementen las probabilidades de aumentar las ventas promedio y la participación en el mercado.



Taller para vendedores: “Economía de la automatización”

Información específica

- ♦ **Intensidad horaria:** 32 horas, las cuales pueden ser divididas en sesiones de 2, 4 u 8 horas
- ♦ **Distribución del tiempo:** 50% teoría, 50% práctica
- ♦ **Tipos de actividades:** 7 teóricas, 1 de análisis, 1 constructiva y 6 actividades prácticas
- ♦ **Modalidad:** Presencial, virtual o mixta
- ♦ **Servicios previos al taller (opcionales):** Retorno de inversión, examen de diagnóstico de habilidades financieras, estudio de necesidades, simulación metodológica.
- ♦ **Servicios post-taller (opcionales):** Sesiones de refuerzo, boletines de actualización, análisis de resultados, planes de acción.
- ♦ **Especialidades del taller:** Propósito general, sistemas de control de procesos, seguridad de procesos, seguridad en máquinas, control de movimiento, sistemas industriales de información, eficiencia energética, maquinaria industrial.
- ♦ **Incluye además:** Material de trabajo, certificado de participación, grupo de whatsapp para resolver dudas referentes a los temas del taller, personalización de contenidos y metodologías.

¡¡ DOMINE EL LENGUAJE QUE CONVIERTE UNA SOLUCIÓN TÉCNICA EN UNA INVERSIÓN RENTABLE!!



ECONOMÍA DE LA AUTOMATIZACIÓN INDUSTRIAL
ALEJANDRO SÁNCHEZ ASESORÍA EMPRESARIAL 2025
BOGOTÁ DC., COLOMBIA.

CONTÁCTENOS



www.alejandroasesoria.com



contacto@alejandroasesoria.com



(57) 319-6276997



**ALEJANDRO
SÁNCHEZ**
ASESORÍA EMPRESARIAL