



CURSO | CÓDIGO 26_265

De la comunicación a las ventas (8 horas)

Del 21 al 28 de Octubre de 2026 | Miércoles de 16:00 a 20:00 horas

225 € * (Bonificable 46%)

*Descuentos:

- Socios Enactio: 10%
- Socios Enactio Plus: 15%
- Estudiantes y desempleados: 10% (se requiere acreditarlo)

INSCRÍBETE

OBJETIVOS

Mapa el viaje emocional de tus clientes, creando vínculos duraderos y experiencias memorables que los convierta de clientes puntuales a usuarios.

DESTINATARIOS

Empresas con equipo comercial, responsables de marketing, gerencia y dirección.

DOCENTE

Susana Fraguas

Profesional con más de 25 años de experiencia en comunicación, diseño y marketing, especializada en branding estratégico y gestión de marca omnicanal. Fundadora de CREA-TuBrand, integra creatividad y estrategia con neurociencia y psicología del consumidor, ayudando a empresas a posicionarse, comunicar con claridad y crecer en entornos físicos y digitales, además de ejercer como consultora y formadora en el ámbito del branding.



CURSO | CÓDIGO 26_265

De la comunicación a las ventas (8 horas)

PROGRAMA

1. Por qué marketing y ventas no convierten

- 1.1. Diferencias de lenguaje y foco
- 1.2. Percepción de incoherencia por parte del cliente
- 1.3. Dinámica: lo que decimos vs lo que entiende el cliente

2. Cómo decide y siente el cliente

- 2.1. Customer Journey real (antes, durante y después)
- 2.2. Dudas, decisiones y frenos emocionales
- 2.3. Ejercicio: mapeo del recorrido y bloqueos

3. Mensajes que conectan en cada momento

- 3.1. Adaptación por canal (web, comercial, redes, ferias)
- 3.2. Mensaje correcto + canal correcto

4. Argumentarios que convierten

- 4.1. Alineación marketing-ventas por tipo de cliente
- 4.2. Role play: simulación de venta real

5. Precio y percepción de valor

- 5.1. El precio como decisión emocional
- 5.2. Reencuadre desde valor (ejercicio práctico)

6. Comunicación interna alineada

- 6.1. Explicar mejor lo que vendemos
- 6.2. Alinear al equipo (elevator pitch compartido)

7. Experiencia de cliente que fideliza

- 7.1. Qué recuerda el cliente
- 7.2. Qué le hace volver
- 7.3. Rediseño de la experiencia real

8. Plan de acción conjunto

- 8.1. Qué medir, corregir y repetir
- 8.2. Plan marketing-ventas alineado

9. Cierre

- 9.1. Coherencia = confianza = ventas
- 9.2. Compromiso de cambio