



ESAMA

BUSINESS SCHOOL

THE COMMERCIAL PERFORMANCE INSTITUTE

FROM POTENTIAL TO PERFORMANCE.

DIPLOMATURA

EL NUEVO COMERCIAL DE ÉLITE HUMAN-TECH

Humanidad, método y tecnología
para vender en la nueva era.

VENTA CONSULTIVA · NEUROCIENCIAS · VANTA · IA · OMNICALIDAD

UNA NUEVA ERA COMERCIAL

El cliente cambió. El profesional de ventas también debe evolucionar

Clientes más informados, competencia ampliada, experiencias híbridas y nuevas herramientas digitales modificaron la manera de comprar. La respuesta no es deshumanizar la venta: es potenciar el criterio humano con ciencia, método y tecnología.

1.0**Venta a presión**

Foco en la transacción y el cierre inmediato.

2.0**Venta consultiva**

Comprender necesidades y construir relaciones.

3.0**Venta Human-Tech**

Integrar ciencia, método, datos y tecnología.

¿Qué propone la Diplomatura?

Formar profesionales humanos, consultivos, digitales y estratégicos, capaces de ser elegidos —no solo de perseguir una venta— y de construir relaciones sostenibles.

- Integrar intuición, empatía y persuasión con datos, inteligencia artificial y automatización.
- Comprender cómo el cliente interpreta el riesgo, la confianza, el valor y la decisión.
- Aplicar un método completo desde la definición de oportunidades hasta la fidelización.
- Ganar claridad sobre qué mantener, qué transformar y qué competencias incorporar.

PROMESA DE TRANSFORMACIÓN

Cabeza fría para decidir, corazón caliente para conectar y tecnología inteligente para amplificar el impacto.

TRES AUDIENCIAS, UN MISMO DESAFÍO

Desarrollar capacidades comerciales que se traduzcan en nuevas conductas

La Diplomatura combina crecimiento individual, lenguaje común de competencias y herramientas de gestión para acompañar tanto carreras comerciales como procesos de desarrollo organizacional.

01 Para profesionales y prospectos particulares

Vendedores B2C o B2B, ejecutivos de cuenta, asesores, emprendedores, consultores y especialistas que quieren fortalecer su perfil, ampliar su alcance y vender con más criterio y menor improvisación.

02 Para Recursos Humanos, Talento y Desarrollo

Una propuesta para actualizar competencias, impulsar reskilling digital, promover autodiagnóstico y generar conversaciones de desarrollo sobre conductas observables.

03 Para gerencias comerciales y decisores

Un marco compartido para alinear marketing y ventas, profesionalizar el pipeline, mejorar la calidad de las conversaciones y acompañar la adopción de CRM, datos, IA y omnicanalidad.

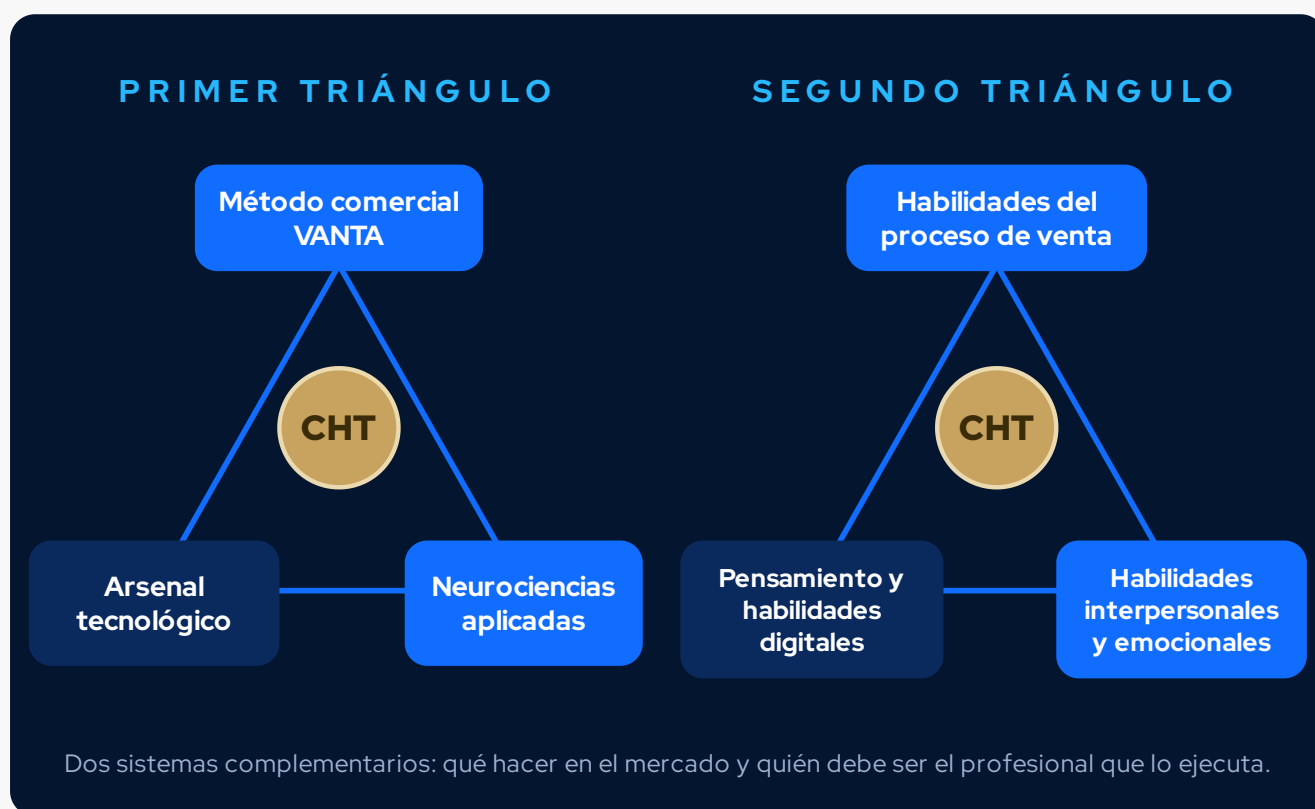
Especialmente relevante para

Servicios profesionales, tecnología, finanzas y seguros, salud, educación, industria, retail, consultoría y cualquier contexto donde la decisión del cliente requiera confianza, diagnóstico, personalización y acompañamiento.

EL MODELO HUMAN-TECH

Dos triángulos que se potencian entre sí

El primer triángulo organiza la estrategia y las herramientas del nuevo comercial. El segundo define las habilidades que permiten ejecutar esa estrategia con excelencia y dejar una huella positiva en la experiencia del cliente.



La integración es el diferencial

- **Método:** aporta enfoque, repetibilidad y escalabilidad.
- **Neurociencias:** ayudan a comprender defensas, emociones y criterios de decisión.
- **Tecnología:** amplifica alcance, productividad, personalización y capacidad analítica.
- **Habilidades humanas:** convierten herramientas y procesos en confianza, valor y relaciones.

PRINCIPIO RECTOR

La tecnología no reemplaza al profesional: potencia su impacto cuando se usa con propósito y humanidad.

EL CORAZÓN METODOLÓGICO

VANTA convierte la experiencia comercial en un proceso replicable

La metodología integra funnel de marketing, funnel de ventas y proceso mental y emocional de compra. Así conecta la estrategia de captación con la conversación consultiva, el cierre y la relación posterior.

FILOSOFÍA DE GESTIÓN

Actividad × efectividad = resultados

V	Visualizar y definir oportunidades	Elegir la montaña correcta: cliente ideal, segmentos, cartera, base de prospectos y fuentes de leads.
A	Atraer leads calificados	Posicionamiento, contenido de valor, LinkedIn, mensajes personalizados, networking y presencia relevante.
N	Nutrir relaciones	Seguimiento útil y no invasivo, casos, contenidos, automatizaciones y conversaciones que construyen confianza.
T	Transformar prospectos en clientes	Diagnóstico consultivo, propuesta personalizada, valor, ROI, storyselling y microcompromisos.
A	Asegurar fidelización	Onboarding, satisfacción, seguimiento postventa, experiencias memorables, recompra y referidos.

Cómo se aplica

- Define cliente ideal, prioridades y estrategia antes de actuar.
- Combina inbound, outbound, networking, referidos, contenidos y redes.
- Acompaña sin invadir: cada seguimiento debe aportar valor.
- Diagnostica con preguntas, muestra impacto y facilita un siguiente paso de baja fricción.
- Convierte la postventa en onboarding, satisfacción, recompra y recomendación.

VANTA es omnicanal: adapta el mix de herramientas al segmento, la solución, el nivel de complejidad y la relación con cada cliente.

CONTENIDOS · FUNDAMENTOS

Comprender la nueva era y cómo decide el cliente

Los dos primeros módulos construyen la base conceptual y ética del perfil Human-Tech: por qué debe evolucionar la profesión y cómo crear seguridad, apertura y relevancia en la mente del cliente.

MÓDULO

01

Nace el Nuevo Comercial de Élite Human-Tech

De la venta a presión a la venta consultiva, inteligente y metodológica.

- Cambio exponencial, nuevos hábitos de compra y competencia multiplicada.
- De la transacción a la experiencia y la relación de largo plazo.
- Evolución Vendedor 1.0 → 2.0 → Comercial 3.0.
- Integración de empatía, intuición y persuasión con herramientas digitales.
- Plan personal: qué mantener, transformar e incorporar.

APLICACIÓN Diseñar el mapa de transformación hacia un perfil humano, consultivo, digital y estratégico.

MÓDULO

02

Neurociencias aplicadas al proceso de ventas

Vender no es transmitir información: es ayudar al cliente a interpretar con claridad una decisión.

- Iceberg de la mente: conducta, sistemas cognitivos y base neurobiológica.
- Seguridad, emoción y razón en la decisión; uso pedagógico del cerebro triuno.
- Cinco alarmas: vendedor, presión, manipulación, incompetencia e interés personal.
- Principios éticos de influencia, emociones sociales y experiencia sensorial.
- Secuencia: seguridad → relevancia emocional → evidencia → microcompromiso.

APLICACIÓN Reducir defensas, escuchar motivaciones profundas e influir sin manipular.

CONTENIDOS · INTEGRACIÓN Y MÉTODO

Alinear marketing y ventas; ejecutar VANTA de punta a punta

La segunda etapa deja atrás los compartimentos internos y organiza el recorrido comercial alrededor del cliente, los datos compartidos y un lenguaje común de oportunidades.

MÓDULO

03

Introducción a la metodología VANTA

El fin del conflicto entre marketing y ventas: trabajar como un solo sistema de generación de ingresos.

- Radiografía de una empresa desalineada: leads sin seguimiento, métricas aisladas y pérdida de información.
- Smarketing: objetivos, lenguaje, reuniones, datos y foco en el cliente compartidos.
- Embudo común, definiciones de MQL/SQL, feedback y dashboards.
- Colaboración estructurada para acortar fricciones y mejorar la experiencia.

APLICACIÓN Identificar qué acuerdos y datos necesita compartir el sistema comercial para funcionar de modo integrado.

MÓDULO

04

El método VANTA del Comercial Human-Tech

Enfoque, repetibilidad y escalabilidad para transformar acción en resultados consistentes.

- Visualizar y atraer: cliente ideal, segmentación, contenidos, LinkedIn y networking.
- Nutrir: seguimiento útil, casos, videos, automatizaciones y actividades de valor.
- Transformar: diagnóstico profundo, pitch consultivo, beneficios, ROI y storyselling.
- Asegurar: onboarding, encuestas, referidos, automatización y servicio memorable.
- Aplicación omnicanal según segmento, solución y proceso de decisión.

APLICACIÓN Construir un recorrido comercial completo, medible y adaptado al cliente.

CONTENIDOS · AMPLIFICACIÓN DIGITAL

El arsenal tecnológico al servicio de la relación comercial

El nuevo contexto es híbrido: lo presencial y lo digital conviven. El objetivo no es acumular herramientas, sino elegir un ecosistema coherente que aumente productividad, precisión y personalización.



Tres dominios prácticos

- **Disciplina CRM y datos:** registrar interacciones, analizar el embudo, seguir KPIs, segmentar y detectar cuellos de botella.
- **Productividad y contacto:** organizar agenda y tareas; dominar videoconferencias, email personalizado y continuidad multicanal.
- **Inteligencia artificial aplicada:** apoyar prospección, cualificación, propuestas, argumentación y análisis, con instrucciones claras y criterio profesional.

PROMPTING ASPECCT

Acción · Pasos · Persona · Ejemplo · Contexto · Restricciones · Plantilla

La regla es simple: no se necesitan todas las herramientas; se necesitan las correctas para la estrategia, el mercado y el momento.

CONTENIDOS · PERFIL PROFESIONAL

El segundo triángulo: las capacidades que sostienen el alto desempeño

El Comercial Human-Tech no es solamente un vendedor con aplicaciones digitales. Es un consultor que combina proceso, madurez emocional y pensamiento tecnológico para ayudar al cliente a tomar mejores decisiones.

01

Proceso comercial

- Planificar y ejecutar el proceso completo.
- Diagnosticar antes de proponer.
- Negociar desde valor y personalización.
- Prospectar y relacionarse de modo omnicanal.
- Presentar para inspirar, no solo informar.

02

Interpersonales y emocionales

- Empatía y escucha activa.
- Gestión emocional propia y del cliente.
- Comunicación coherente en múltiples canales.
- Atracción auténtica sin presión.
- Resiliencia, curiosidad y tolerancia al rechazo.

03

Pensamiento y habilidades digitales

- Aprendizaje continuo y adaptabilidad.
- Interpretación de datos para decidir.
- Agilidad frente a mercados cambiantes.
- Uso de CRM, IA, redes y automatización.
- Tecnología con propósito y criterio humano.

La evolución que busca el módulo

- **De persuadir a guiar:** interpretar información, educar y abrir conversaciones relevantes.
- **De precio a valor:** personalizar, argumentar y construir acuerdos sostenibles.
- **De improvisación a autoliderazgo:** definir objetivos, ejecutar con disciplina, medir y aprender.
- **De canal único a omnicanalidad:** mantener coherencia, cercanía y presencia donde está el cliente.

SÍNTESIS

El futuro pertenece a quienes integren empatía, estrategia y digitalización en su práctica diaria.

EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE

Comprender, practicar, evaluarse y convertir el contenido en cambio

Cada módulo combina distintos recursos para que el conocimiento no quede en una idea inspiradora, sino que se traduzca en reflexión, nuevas decisiones y aplicación a la gestión comercial diaria.

VIDEO

Explicación del profesor.

MANUAL EXPRESS

Ideas fuerza del módulo.

MANUAL

Profundización conceptual.

ACTIVIDAD

Autodiagnóstico y cambio.

EXAMEN

Verificación del aprendizaje.

Metodología de transferencia

- Extraer lo esencial: sintetizar qué conviene hacer, cuándo y cómo.
- Definir acciones de cambio: identificar qué mejorar, transformar o dejar de hacer.
- Aplicar a situaciones reales mediante guiones, contenidos, secuencias y decisiones de cartera.
- Compartir reflexiones, practicar role plays y recibir retroalimentación cuando el programa se implementa en equipos.
- Convertirse en el propio coach: observar la brecha, experimentar, medir y volver a ajustar.

Actividad final de integración

El recorrido culmina con un autodiagnóstico y un plan de desarrollo para priorizar capacidades, herramientas y acciones que impulsen la versión potenciada de cada participante.

CERTIFICACIÓN

Para obtener el certificado se requiere acceder a los contenidos previstos y aprobar la totalidad de las evaluaciones del programa.

La propuesta se desarrolla en el campus virtual de ESAMA e incorpora aulas virtuales agendadas como espacios de consulta, intercambio y profundización.

VALOR PARA PERSONAS Y ORGANIZACIONES

Capacidades observables que facilitan el desarrollo y el coaching

La Diplomatura no promete resultados automáticos: crea un marco para mejorar decisiones, hábitos y conversaciones que están bajo control del profesional y del sistema comercial.

CAPACIDAD	CONDUCTA OBSERVABLE	VALOR PARA EL NEGOCIO
Foco comercial	Prioriza segmentos y oportunidades con criterios explícitos.	Mejor uso del tiempo y del pipeline.
Diagnóstico consultivo	Pregunta, escucha y personaliza antes de presentar.	Más relevancia y menor resistencia.
Disciplina digital	Registra, mide y sigue oportunidades en CRM y tableros.	Mayor trazabilidad y capacidad de coaching.
Comunicación ética	Reduce presión, construye seguridad y aporta evidencia.	Confianza y mejor experiencia del cliente.
Omnicanalidad	Integra contacto, contenido, video, redes y automatización.	Más alcance y continuidad relacional.

Para implementaciones corporativas

- Alinear expectativas entre Talento, dirección comercial, marketing y participantes.
- Usar las actividades como insumo para conversaciones de coaching y planes individuales.
- Conectar la formación con CRM, playbooks, métricas, casos y canales reales de la empresa.
- Crear espacios grupales para practicar, comparar aprendizajes y acelerar la transferencia.

DIFERENCIAL ORGANIZACIONAL

Un lenguaje común para conversar sobre cliente, método, habilidades humanas, datos y tecnología sin perder el foco en la experiencia.

ESAMA BUSINESS SCHOOL

Especialización profunda en performance comercial

Desde 1991, ESAMA acompaña a profesionales y organizaciones de Iberoamérica a convertir potencial comercial en desempeño.

35 años

de especialización en performance comercial

850+

organizaciones de múltiples industrias

30 países

con experiencia y presencia en Iberoamérica

4,7 / 5

satisfacción promedio publicada por ESAMA

Conversemos sobre la mejor alternativa

Consultá próximas ediciones, inversión, condiciones de acceso y opciones de implementación para participantes individuales o equipos comerciales.

Web www.esama.com**Email** contacto@esama.com**WhatsApp** [+54 9 11 6644 7523](https://wa.me/5491166447523)**DIPLOMATURA HUMAN-TECH**

6 módulos troncales · Método VANTA · Neurociencias · Arsenal tecnológico · Desarrollo de habilidades

Datos institucionales y de contacto publicados por ESAMA. Consulta realizada en agosto de 2026.