



Curso de Prospección Efectiva

De la prospección masiva a la estrategia quirúrgica basada en datos.

Duración: 4 Horas presenciales.

Modalidad: Grupos de 4 a 12 personas.

Valor: \$1,000,000

Objetivo General del Curso

Al finalizar este curso intensivo, los participantes habrán adquirido los conocimientos fundamentales para pasar de una prospección masiva y genérica a una estrategia quirúrgica, basada en datos, contenido

y una comunicación personalizada, incrementando significativamente su tasa de éxito en la generación de oportunidades calificadas.

Metodología

El curso se divide en cuatro módulos de 45 minutos cada uno, con una pausa de 15 minutos a la mitad y 30 minutos finales para un taller práctico de integración y cierre.

Contenido Detallado del Curso

Módulo 1: Los Cimientos Estratégicos

Tema: Definición del Cliente Ideal (ICP) y Buyer Persona

- La brújula de la prospectación: Por qué empezar aquí es crucial
- Diferencias y aplicaciones: ICP (tipo de empresa) vs. Buyer Persona (tomador de decisiones)
- Más allá de la demografía: Datos firmográficos, tecnográficos y psicográficos

- Investigación de "Pain Points": Cómo descubrir los desafíos reales del cliente
- **Ejercicio Práctico (15 min):** Esbozo de un ICP y una Buyer Persona para un producto/servicio ejemplo

Módulo 2: La Revolución de los Datos

Tema: Inteligencia de Ventas y Prospección Basada en Datos

- De prospectar a ciegas a intervenir en el momento exacto
- Fuentes de datos clave: Intención de primera y tercera parte
- "Señales de Compra": Identificación de empresas en modo de búsqueda
- Herramientas clave: Plataformas de inteligencia de ventas (Apollo, Cognism) y LinkedIn Sales Navigator
- Casos de Éxito Rápidos: Cómo empresas usan los datos para priorizar leads

Módulo 3: Atracción e Imán Digital

Tema: Marketing de Contenidos, SEO y Video como Aceleradores

- El contenido como activo de ventas a largo plazo
- Estrategias de contenido "gated" y "ungated" para capturar y nutrir leads
- SEO Básico: Cómo ser encontrado por quienes te buscan
- El poder del video: Humanizar la marca y explicar valor complejo
- Ejemplo: Cómo el contenido bien posicionado genera leads de forma continua

Módulo 4: El Toque Humano a Escala

Tema: El Arte del Alcance Directo y Personalizado

- El fin de los correos masivos: La era de la hiper-personalización
- Técnicas de comunicación probadas: Estructuras PAS y BAB

- Prospectación con Video: Cómo grabar y enviar un video efectivo de 60 segundos
- Social Selling en LinkedIn: Optimización de perfil y engagement estratégico
- Introducción al ABM (Account-Based Marketing): Enfoque en cuentas de alto valor

Taller Práctico de Integración (30 minutos)

Actividad: Los participantes, en grupos, crearán un "Plan de Ataque" para un escenario real.

Fases del Taller:

- 1.**Definición:** Elegir un ICP y Buyer Persona para el escenario
- 2.**Investigación:** Identificar "señales de compra" o datos de intención
- 3.**Contenido:** Decidir un recurso de contenido para ofrecer
- 4.**Alcance:** Esbozar el mensaje inicial usando estructura PAS o BAB

Materiales para los Participantes

- Presentación digital con los key takeaways de cada módulo
- Plantillas descargables para ICP, Buyer Persona y estructuras de email (PAS, BAB)
- Lista de herramientas y recursos recomendados
- Grabación de la sesión (para cursos virtuales)

Evaluación

- Evaluación formativa continua a través de la participación en los ejercicios prácticos
- El "Plan de Ataque" del taller servirá como evidencia de la comprensión y aplicación de los conceptos

Conferencistas

Harry Walt Rosales

Ingeniero electrónico especialista en publicidad digital.

Experiencia:

- ESCUELA DE INGENIEROS: Profesor de marketing digital.
- CALATEL: Gerente del Caribe.
- ERICTEL: Gerente General.
- ERICSSON: Líder de Proyectos.

Agustín Blanco

Ingeniero electrónico especialista en contratación estatal.

Experiencia:

- SOFTWAREONE: Senior Sales Account Manager.
- TELEFÓNICA: Gerente regional.
- CARVAJAL: Gerente comercial.
- SIEMENS: Subgerente nacional de ventas.

Monica Cuervo

Publicista y mercadóloga especialista en publicidad digital.

Experiencia:

- DANI ARTE REAL: Publicista.
- FUNDACIÓN MERAKI: Publicista.
- CROWS BRAND: Publicista.

Gregorio Ogliastri

Contador especialista en derecho tributario. MBA.

Experiencia:

- KPMG: Auditor senior.
- GRUPO ANDINO: Auditor.
- VISA: Auxiliar de operaciones.

Contacto

3192148748

info@tecnologicodebogota.com

Calle 42 #26 b 06 Of. 304

Bogotá D.C., Colombia