

PONLE VOZ AL VALOR DE TU PRODUCTO SEAFOOD

FORMACIÓN COMERCIAL PARA POTENCIAR HABILIDADES DE VENTA

8 h

Si no llegas al cliente, da igual lo bueno que sea o esté tu producto.

01

PRESENTACIÓN

Breve descripción de la acción formativa.

02

METODOLOGÍA

Modalidad, fecha de impartición, horario, docente y método de trabajo.

03

OBJETIVOS

Principales resultados a alcanzar con la formación.

04

PERFIL DESTINATARIO

Descripción de los posibles participantes en la formación.

05

MATERIAL DIDÁCTICO

Elementos facilitados conductores del aprendizaje.

06

PROGRAMA FORMATIVO

Contenidos de la acción formativa.

07

TARIFAS FORMATIVAS

Coste de la acción formativa para entidades asociadas y no asociadas.

08

INSCRIPCIÓN

Instrucciones para la correcta formalización de la matrícula.



Zona interactiva

Haz clic en las secciones



PRESENTACIÓN

En el sector mar-alimentario, tener un gran producto no siempre es suficiente. Si el valor de un producto no se comunica de forma adecuada, todo el esfuerzo invertido puede pasar desapercibido. Esta formación es una experiencia pensada para transformar la manera en que presentas, ofreces tu producto seafood y conectas con tus clientes.

Aprenderás a detectar oportunidades de negocio, a hacer ventas cruzadas que fluyan, a redactar e-mails que sí generan respuesta y aplicar técnicas de comunicación persuasiva y neuroventas para que tu propuesta seafood destaque de forma efectiva.

Además, descubrirás cómo preparar reuniones y propuestas con impacto, apoyándote en herramientas de IA que ya están revolucionando la forma de llegar al cliente. Esta formación es un impulso real de cambio y, no solo eso, es una oportunidad para alinear el valor de lo que haces con la forma en que lo comunicas. Convierte el interés en acción: con el mensaje correcto, tu producto seafood conquista mercados.

MÓNICA MENDOZA



Psicóloga especializada en comportamiento del consumidor, y **una de las voces más influyentes en ventas a nivel nacional**, Mónica aporta además una experiencia directa en el sector mar-alimentario, donde ha trabajado con empresas líderes. Sabe perfectamente cómo enfocarse a un cliente exigente que valora la calidad, pero compra por emocionalidad, con una alta visión estratégica que transforma la forma de llegar al cliente seafood. Una formadora de alto nivel con un alto análisis en el mercado real.



FECHAS Y HORARIO

Martes, 21 de octubre 2025

De 08:30 a 14:00 y de 15:00 a 17:30 h



AULA VIRTUAL

Modalidad de formación presencial desarrollada a través de aula virtual, que combina la interacción en tiempo real con el uso de tecnologías de comunicación y el campus virtual #somosANFACO. Esta modalidad permite una experiencia formativa dinámica y participativa, donde las personas asistentes se conectan desde cualquier lugar con acceso a internet, manteniendo la estructura y acompañamiento propios de una formación presencial.

PONLE VOZ AL VALOR DE
TU PRODUCTO SEAFOOD

Presentación y colaboraciones MÓNICA MENDOZA



 Zona interactiva
Haz clic en el vídeo



Entrevista a **Mónica Mendoza**, experta en ventas y desarrollo personal

‘La conducta del consumidor no es tan simple como nos gustaría’

GENIVA MARTÍ

Experta en ventas y desarrollo personal, Mónica Mendoza es una de las conferenciantes que este año participa en Bizbarcelona. Con ella hablamos de negocios, sostenibilidad, compradores y vendedores.

Ante un mundo cada vez más globalizado, ¿cómo deben adaptarse los negocios a las demandas de la sociedad? A una velocidad nunca vista antes. Los cambios en nuestro ecosistema (familia, política, económica, etc.) son muy rápidos y por tanto la manera en que la gente hace negocios también cambia. Hace cuatro años no existía internet, ahora un 60% de la población mundial se informa en las redes antes de realizar una compra. El e-commerce ya mueve en España 18.000 millones.



La inteligencia artificial tiene potencial para transformar la forma en que se realizan las ventas porque mejora la eficiencia

¿Cómo influye la digitalización en los negocios? Ha permitido que las empresas mejoren su productividad, la comunicación interna y externa, la competitividad y la experiencia de cliente, entre otros beneficios. Por no hablar de la digitalización de reuniones comerciales a través de plataformas como Zoom, Teams y otras.

¿Qué es más complejo: captar clientes, fidelizarlos o recuperarlos? Dicho de otra manera, ¿cómo captar clientes es de 9 a 11 veces más difícil que fidelizarlos. Recuperarlos tendría que ser más fácil, pero si el cliente se fue por un mal servicio, recuperarlo es más difícil o casi imposible. Imagina que vas a una peluquería por primera vez a hacerte las mechas y te quedan el pelo...

¿Cómo puede la IA ayudar a potenciar las ventas? La inteligencia artificial tiene un potencial para transformar la forma en que se realizan las ventas porque mejora la eficiencia, personalización y rendimiento general. Puede analizar grandes volúmenes de datos y extraer patrones de consumo. Puede mejorar la experiencia del cliente como consecuencia del punto anterior. Puede automatizar tareas repetitivas referentes a la gestión de clientes. Y potenciar el proceso de ventas. Y no solo eso, al realizar este tipo de tareas los emprendedores, empresarios/ vendedoras pueden poner el foco en tareas de mayor valor añadido para la organización.

¿Qué peso tiene la sostenibilidad en la decisión de comprar? Cada vez pesa más, pero como todo, influye la diferencia de precio entre el producto sostenible y el no sostenible.

¿En un mercado cada vez más exigente, ¿cómo puede distinguirse una empresa? No es fácil generar distinción, al menos si no se tiene marca propia. Las estrategias más habituales de diferenciación son por innovación (ofrecer un producto novedoso y diferente), calidad (distinguirse por ser al de mejor calidad del mercado), comodidad (su producto resuelve la vida me...

¿Cómo la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías pueden ayudarnos a vender más? Distinguirnos por ser el de mejor calidad del mercado, comodidad (su producto resuelve la vida me...

¿Qué peso tiene la sostenibilidad en la decisión de comprar? Cada vez pesa más, pero como todo, influye la diferencia de precio entre el producto sostenible y el no sostenible.

¿En un mercado cada vez más exigente, ¿cómo puede distinguirse una empresa? No es fácil generar distinción, al menos si no se tiene marca propia. Las estrategias más habituales de diferenciación son por innovación (ofrecer un producto novedoso y diferente), calidad (distinguirse por ser al de mejor calidad del mercado), comodidad (su producto resuelve la vida me...

¿Cómo la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías pueden ayudarnos a vender más? Distinguirnos por ser el de mejor calidad del mercado, comodidad (su producto resuelve la vida me...

¿Qué peso tiene la sostenibilidad en la decisión de comprar? Cada vez pesa más, pero como todo, influye la diferencia de precio entre el producto sostenible y el no sostenible.

¿En un mercado cada vez más exigente, ¿cómo puede distinguirse una empresa? No es fácil generar distinción, al menos si no se tiene marca propia. Las estrategias más habituales de diferenciación son por innovación (ofrecer un producto novedoso y diferente), calidad (distinguirse por ser al de mejor calidad del mercado), comodidad (su producto resuelve la vida me...

¿Cómo la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías pueden ayudarnos a vender más? Distinguirnos por ser el de mejor calidad del mercado, comodidad (su producto resuelve la vida me...

¿Qué peso tiene la sostenibilidad en la decisión de comprar? Cada vez pesa más, pero como todo, influye la diferencia de precio entre el producto sostenible y el no sostenible.

¿En un mercado cada vez más exigente, ¿cómo puede distinguirse una empresa? No es fácil generar distinción, al menos si no se tiene marca propia. Las estrategias más habituales de diferenciación son por innovación (ofrecer un producto novedoso y diferente), calidad (distinguirse por ser al de mejor calidad del mercado), comodidad (su producto resuelve la vida me...

¿Cómo la inteligencia artificial y las nuevas tecnologías pueden ayudarnos a vender más? Distinguirnos por ser el de mejor calidad del mercado, comodidad (su producto resuelve la vida me...



Recomendaciones MÓNICA MENDOZA



Victor Küppers

Conferenciante, formador y autor especializado en motivación, actitud y psicología positiva. Su mensaje gira en torno a la importancia de la actitud como motor del rendimiento personal y profesional, y su capacidad para conectar con el público lo ha convertido en uno de los referentes más valorados en el ámbito del desarrollo personal y la formación.



Josep Pons

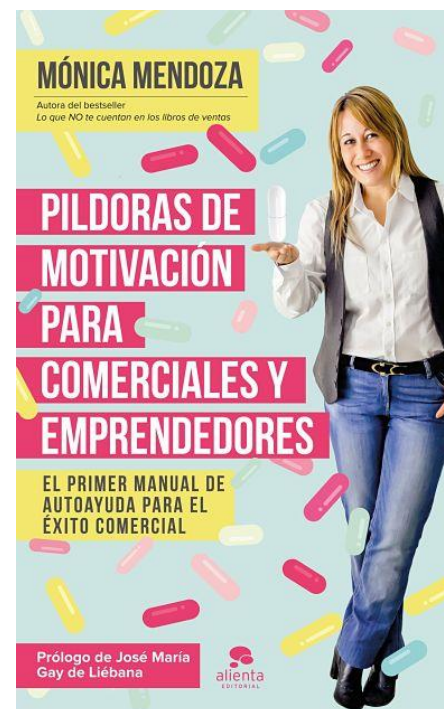
Uno de los asesores de imagen más prestigiosos, con una trayectoria impecable en el mundo del estilismo y la comunicación personal. Con su experiencia, ha trabajado con grandes personalidades del deporte, la política y el espectáculo, ayudándoles a proyectar una imagen poderosa y auténtica.



13ª edición

Con esta formación te enviaremos a la dirección indicada el libro Lo que NO cuentan en los libros de ventas.

Pero también ha publicado otros libros como:





METODOLOGÍA

La entidad organizadora ANFACO-CYTMA garantiza que la acción formativa se impartirá a través de la modalidad presencial por aula virtual, asegurando la calidad en la impartición y avalando su seguimiento y control.

La formación a través del aula virtual posibilita la transmisión de conocimientos y el desarrollo de los objetivos y contenidos previstos en la acción formativa de una forma dinámica, participativa y colaborativa.



AULA VIRTUAL

El curso se celebra a través de aula virtual y la persona inscrita recibirá un enlace a su correo electrónico para poder acceder a la sesión formativa con sus claves de acceso.

OBJETIVOS



1. Detectar y aprovechar nuevas oportunidades comerciales en la base de clientes actual, incorporando técnicas de venta cruzada (crossselling) que aumenten el valor de cada cuenta.
2. Mejorar la comunicación comercial mediante el uso de técnicas de persuasión, neuroventas y redacción efectiva de e-mails y propuestas que transmitan con claridad y atractivo la propuesta de valor.
3. Preparar y liderar reuniones comerciales de alto impacto, con foco en la preparación estratégica, el uso de herramientas de Inteligencia Artificial y la generación de propuestas alineadas a las necesidades del cliente.
4. Practicar habilidades de venta en situaciones reales, mediante role plays guiados con feedback personalizado para afianzar el aprendizaje y aplicarlo de forma efectiva en el día a día.

Ponle voz al valor de tu producto Seafood (8 horas)

1. Cómo identificar oportunidades de negocio en los clientes.
2. Técnicas para realizar una buena venta cruzada o *crosselling*.
3. Transformar un simple e-mail en una oportunidad de venta: redactar mensajes que sí generan respuesta.
- 4.- Bases de la comunicación persuasiva y las neuroventas. Cómo enviar propuestas o explicar la propuesta de valor al cliente de manera más concisa y atractiva.
- 5.- Herramientas de IA para vendedores.
- 6.- Preparación de reuniones.
- 7.- Redacción de propuestas.
- 8.- Role Plays simulando situaciones reales. Feedback por parte de la formadora.

PONLE VOZ AL VALOR DE TU PRODUCTO SEAFOOD



PERFIL DE LA PERSONA DESTINATARIA

Dirigido a profesionales del sector mar-alimentario que tienen un rol comercial directo o indirecto, y cuyo desempeño puede impactar en la generación de ventas, fidelización de clientes y comunicación de valor del producto.



Formación
parcialmente
bonificable

104 €

FUNDAE

TARIFAS FORMATIVAS

PONLE VOZ AL VALOR DE TU PRODUCTO
SEAFOOD

Asociado a ANFACO-CYTMA:

395 € (Precio con IVA 477,95 €)

No asociado a ANFACO-CYTMA:

495 € (Precio con IVA 598,95 €)

10% de descuento en segundas y posteriores matrículas de
alumnado de una misma empresa.



INSCRIPCIÓN



Plazo de inscripción abierto.

[¡Inscríbete aquí!](#)

Nos pondremos inmediatamente en contacto contigo.

Una vez formalizada tu inscripción, se te enviará la factura proforma con el importe de la formación a ingresar y se te enviarán las claves de acceso para la realización de la formación.



ANFACO-CYTMA

Para más información puedes ponerte en
contacto con el Departamento de Formación:

formacion@anfaco.es

Teléfono: 0034 986 469 301

Extensión: 368

www.anfaco.es

