

ESPECIALITZACIÓ I EFICÈNCIA COMERCIAL

Formació de Postgrau

Octubre 2026

Juny 2027

VENDES, DADES I IA: TRANSFORMA EL TEU RENDIMENT COMERCIAL

Una evolució pràctica del procés comercial

Comunicació, negociació,
dades, CRM, Power BI
i IA aplicada per vendre
amb més eficiència,
criteri i orientació
a resultats.

campus cambra



Cambra
de Comerç de Barcelona

UMANRESA

UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA



Presentació

Objectius

Formació adreçada a professionals de l'àrea comercial i de vendes que volen reforçar la seva efectivitat, actualitzar la seva manera de treballar i incorporar eines digitals i d'intel·ligència artificial al procés comercial.

El mercat actual exigeix més personalització, més rapidesa i una millor capacitat d'anàlisi. Per això, el programa manté els fonaments essencials de la venda –comunicació, negociació, anàlisi de mercats, gestió de clients, finances comercials i planificació– i els connecta amb aplicacions pràctiques de la IA per millorar la captació, la preparació d'entrevistes, la generació d'arguments, el seguiment d'oportunitats i la presa de decisions.

Amb aquest postgrau aprendràs a estructurar millor el procés de venda, defensar marges, treballar amb dades, comunicar valor en canals presencials i digitals, i utilitzar eines com CRM, Power BI i assistents d'IA per guanyar eficiència i orientació a resultats.

L'enfocament didàctic del curs és totalment actiu i participatiu (learning by doing), amb aproximació teòrica, demostració, treball individual i/o grupal, recollida de feedback i aplicació a situacions comercials reals.

El principal objectiu és millorar l'eficàcia comercial incorporant processos, dades i IA de manera pràctica i responsable:

- **ACTUALITZAR** tècniques i estratègies comercials adaptades al nou entorn digital.
- **IDENTIFICAR** eines TIC i aplicacions d'IA que permetin optimitzar la prospecció, la comunicació i el seguiment comercial.
- **MILLORAR** l'autoconeixement professional i definir un pla d'acció personal per incrementar l'impacte comercial.
- **CONSTRUIR** una metodologia de venda clara, amb protocols, guions, arguments de valor i criteris de prioritització.
- **OPTIMITZAR** la planificació, l'anàlisi de dades i l'ús del temps per aconseguir més oportunitats i millors resultats.

Programa

I. COMUNICACIÓ COMERCIAL

- La comunicació és clau en qualsevol activitat empresarial. En l'àmbit comercial, saber comunicar valor, escoltar, adaptar el missatge i escollir el canal adequat pot incrementar la confiança i les oportunitats de venda.
- Elements bàsics de comunicació.
- El telèfon com a canal de venda: captació d'informació, gestió de reclamacions, agenda de reunions, negociacions i primers contactes.
- Comunicació escrita: correus electrònics, WhatsApp empresarial i missatges comercials, amb suport d'IA per estructurar textos, adaptar el to i millorar la claredat.
- Parlar en públic: elevator pitch, presentacions professionals i preparació de discursos amb suport digital.
- Videotrucades i reunions digitals: preparació, intervenció i seguiment posterior.

II. MÀRQUETING: ANÀLISI DE MERCATS

- Identificació de fonts d'informació, metodologies i eines per recollir dades i convertir-les en informació rellevant al servei de les decisions comercials.
- Anàlisi de territorialitat: cobertura, densitat i indicadors per guiar l'acció comercial.
- Estudi i anàlisi dels targets: segmentació, prioritització i ús de dades per identificar oportunitats.
- Anàlisi del producte: atributs diferencials, punts forts i febles, cicle de vida i enfocament per expansió o marge de contribució.
- Distribució: canals, polítiques push i pull, distribució real i virtual.
- Servei al client i llançament de nous productes: fidelització, coordinació interna, venda creuada i nous clients.

III. FINANCES APLICADES A LES VENDES I CÀLCUL COMERCIAL

- Comprensió de com els acords comercials influeixen en el resultat de l'empresa i en la defensa del marge.
- Conceptes bàsics de finances, balanç i compte de resultats.
- Ràtios d'anàlisi: endeutament, liquiditat, tresoreria, terminis de cobrament i pagament, i capacitat de devolució.
- Quadre de comandament comercial: indicadors, seguiment i suport d'eines digitals.

- Punt mort, control pressupostari i presa de decisions.
- Risc comercial, morositat, crèdit management, cash management i instruments financers aplicats al món comercial.

IV. COMERÇ EXTERIOR

- Coneixements bàsics d'una operació de compravenda internacional, amb especial atenció a la logística, la documentació i la comunicació amb clients i proveïdors internacionals.
- Introducció al comerç internacional i *supply chain management*.
- Llenguatge de venda internacional: Incoterms i fluxos de la logística de vendes.
- Gestió dels transports internacionals: marítim, terrestre, aeri i multimodal.
- Suport digital i IA en context internacional: preparació de comunicacions, anàlisi inicial de mercats i adaptació de missatges.

V. AUTOGESTIÓ DE LA ZONA COMERCIAL

- Nous mètodes d'acció comercial en entorns híbrids, digitals i altament competitius.
- Quadre de comandament i models de gestió: objectiu anual, embut comercial, oportunitats, venda creuada i nous clients.
- Anàlisi de cartera de clients actius: ABC, clients premium, potencialitat i derivació d'esforços.
- Clients potencials: fonts, llistats, bases de dades, segmentació i prioritització amb suport d'IA.
- Gestió del temps, rutes de venda mixtes, rutes telefòniques i rutes de mail marketing.
- Eines d'automatització i productivitat per millorar el seguiment comercial.

VI. TECNOLOGIA I CONTROL COMERCIAL

- Intel·ligència artificial aplicada a les vendes: introducció a ChatGPT, Copilot i Gemini.
- Prospecció amb IA: optimització de leads, creació de contingut atractiu i exploració de nous mercats.
- Ús de la IA per formular preguntes efectives, preparar arguments, comunicar valor i construir propostes comercials.
- Anàlisi d'objeccions, gestió i fidelització de clients a l'era de la IA, privadesa i ús responsable.

- CRM: concepte, alimentació, segmentació, agenda, seguiment d'operacions i accions predeterminades.
- Gestió avançada de dades amb Excel i Power BI: taules, formats condicionals, funcions, taules dinàmiques, gràfics i comparatives de vendes.
- IA per a l'anàlisi de vendes: lectura d'indicadors, detecció de tendències i preparació d'informes comercials.

VII. VENDES

- Metodologia de venda: preparació, entrevista, detecció d'oportunitats, argumentació, negociació i tancament.
- Preparació de reunions: objectius, interlocutor vàlid, agents d'influència, escenari i canal.
- Presentació de l'empresa, elevator pitch i eines que faciliten la presentació.
- Detecció d'oportunitats: interessos, necessitats, preguntes obertes i tancades, i registre de dades rellevants.
- Argumentació: característiques, beneficis, motivadors de compra i adaptació d'arguments amb suport d'IA.
- Negociació: estratègies, tàctiques, tractament d'objeccions, defensa del marge i tancament positiu.
- Neurovenda i neuropersuasió: presa de decisions, biaixos cognitius i aplicació pràctica.

VIII. XARXES SOCIALS

- El paper de les xarxes socials en l'activitat comercial i com optimitzar-les segons els objectius.

- LinkedIn, Instagram, Facebook, X/Twitter, TikTok, WhatsApp i YouTube: usos, avantatges i criteris d'aplicació.
- Pla comercial en xarxes socials adaptat al producte o servei.
- Perfils corporatius i perfils individuals: com combinar-los per optimitzar vendes.
- Planificació, mesura i optimització de resultats.
- IA aplicada a xarxes socials: ideació de continguts, calendaris editorials, adaptació per canal i anàlisi de resultats.

IX. PROCÉS PERSONAL PROFESSIONAL DE PERFECCIONAMENT (PPPP)

- El client actual és exigent, compara més i espera respostes ràpides i personalitzades. Aquest mòdul treballa l'automotivació, la resiliència comercial i la millora contínua.
- Motivació professional en el camp de la venda. Diferències entre motivació i incentivació.
- Claus per a l'automotivació personal.
- Anàlisi de factors endògens i exògens que poden afectar la motivació.
- Eines digitals per revisar hàbits, objectius i progrés professional

X. TREBALL FINAL DE POSTGRAU TFP

- Aplicació integrada dels aprenentatges del programa a un cas o projecte comercial, incorporant, quan sigui pertinent, eines digitals, dades i IA com a suport al procés de millora comercial.

ADREÇAT A

Professionals de l'àrea comercial i vendes que vulguin millorar i reciclar els seus coneixements i adaptar-se al nou entorn digital

PROFESSORAT

Carme Calvo

Diplomada en Màrqueting, Publicitat i Comunicació per la UNED. Experta en PNL i intel·ligència emocional en l'empresa. Creadora i gerent de l'empresa Allô? Serveis.

Ivo Güell

Fundador i gerent d'IDEI Consultors de Formació, Direcció i Administració d'empreses a Management School Barcelona i màster en Direcció Estratègica en Màrqueting a ESADE, especialista en vendes i plans de desenvolupament directiu.

Antonio Jurado

Enginyeria tècnica en informàtica de Gestió:
(Universitat Autònoma de Barcelona)

MCSE: Microsoft Certified System Engineering

MCT: Microsoft Certified Trainer

MOS: Microsoft Office Specialist.

Diego Jurado

Tècnic Superior en Sistemes de Telecomunicacions i Informàtica.

MCITP: Microsoft Certified IT Professional

MCTS: Microsoft Certified Technology Specialist.

María Millán

Fundadora de Suma Consulting Ltd. Llicenciada en Ciències Empresarials Internacionals per ICADE (Universitat Pontifícia Comillas, Espanya), i diplomada en Comunicació, Publicitat i Màrqueting per la CAM Foundation (Londres, Regne Unit).

Maria Muñoz

Fundadora d'IN&OUT Formació, experta en comunicació personal i habilitats professionals. Professora universitària. Autora del llibre "¿Disfrutas Comunicando?".

Josep Palmés

Soci consultor de Compal Consultors, especialistes en temes financers. Exdirector financer a diverses empreses. Llicenciat en Ciències Econòmiques, Màster en Especialització Tributària i Màster en Finances per ESADE.

Óscar Peón

Soci director d'OptimTRAINING. Formador especialitzat en el desenvolupament d'habilitats directives. Diplomant en Ciències Empresarials i Graduat en ADE. Màster en coaching i PNL.

Cristina Coll Albós

Representant duanera i Transitària.

Xavier Pérez

Director general de Zania Group. Ha estat consultor de màrqueting estratègic a Price Waterhouse i a IBM. Professor col·laborador del Departament de Màrqueting d'ESADE. Llicenciat en ADE i MBA per ESADE. Especialització en Màrqueting a UCL (Califòrnia).

DURADA I CALENDARI

30 ECTS

Inici 16 d'octubre de 2026

Final 18 de juny de 2027

Sessions presencials els divendres a la tarda de 15.30 a 20.30 h.

LLOC DE REALITZACIÓ, MATRÍCULA I INSCRIPCIONS

Cambra de Comerç de Barcelona

Av. Diagonal, 452

08006 Barcelona

El preu de la matrícula és de **3.500 euros** (exempt d'IVA).

Places limitades.

AJUTS A LA FORMACIÓ

- Possibilitat de bonificar fins a 1.950 € segons l'establert per la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo. Des de la Cambra us podem fer aquest tràmit, contacteu-nos i us informarem de les condicions i requisits establerts per Fundae.



UMANRESA

UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

Més informació i inscripcions

 **Maria Vilardaga**
 mariavilardaga@cambrabcn.cat
 934 169 300 ext. 5426
 Cambra Barcelona
 Cambra Barcelona
 @cambrabcn
www.cambrabcn.cat