



Vendedor del Siglo XXI

Código: 619090

Duración: 40.00 horas

Descripción

El curso de Vendedor del Siglo XXI prepara a los estudiantes para llevar sus habilidades comerciales al siguiente nivel.

El programa les ayudará a comprender conceptos avanzados sobre el pensamiento estratégico y cómo alcanzar mayores éxitos comerciales.

Además, los estudiantes aprenderán acerca de técnicas innovadoras para crear relaciones duraderas con los clientes y desarrollar planes de acción creativos y efectivos.

Objetivos

- Comprender los conceptos básicos sobre el pensamiento estratégico
- Desarrollar habilidades para proponer soluciones viables a los problemas
- Aprender acerca de tácticas persuasivas modernas
- Estudiar cómo optimizar la responsabilidad comercial con herramientas llegadas recientemente
- Utilizar herramientas tecnológicas avanzadas para mejorar la productividad

Vendedor del Siglo XXI

UNIDAD.- Neuromarketing

- Neuromarketing
- Cómo seducir al prosumidor con Neuromarketing
- Motivaciones de los consumidores
- El mecanismo de la recompensa
- La experiencia hedónica del consumidor: el wanting
- La experiencia hedónica del consumidor: el Liking
- La experiencia hedónica del consumidor: el aprendizaje
- Esquemas mentales y mapas afectivos
- Las actitudes de los consumidores
- Mecanismos heurísticos
- Cómo deciden los consumidores
- Tipos de compra

UNIDAD.- Proactividad Comercial

- La importancia de ser proactivo
- El esfuerzo continuado
- La orientación al cliente
- La imagen que transmitimos al cliente
- Planificación y optimización de recursos
- 10 puntos para ser proactivo

UNIDAD.- Planificación y Organización de la Acción Comercial

- La Planificación Comercial
- Determinar los Objetivos Comerciales
- Análisis del Mercado
- Métodos de Predicción de Venta
- Segmentación de Clientes
- Plan de Acción Comercial. Planteamientos iniciales
- Plan de Acción Comercial
- Fuentes de Captación de Clientes
- Argumentario de Ventas
- Preparación de la Visita Comercial
- Herramientas de Control y Medición de la Planificación Comercial
- Recordatorio

UNIDAD.- Concertación Telefónica de Visitas Comerciales

- La concertación telefónica de visitas comerciales
- Preparación del contacto
- Contacto y generación de la cita
- Secuencia habitual de la llamada de concertación
- Dificultades frecuentes en la concertación
- Objeciones más habituales

UNIDAD.- La Entrevista Comercial

- La entrevista comercial y la comunicación
- Preparación de la entrevista comercial
- El proceso de ventas
- La comunicación no verbal
- La mirada
- Los gestos y posturas
- La voz
- El saludo y la presentación
- Recomendaciones para la presentación
- La detección de necesidades
- Las preguntas
- La escucha activa
- La empatía
- Sintonía emocional
- Habilidades como emisores
- Habilidades como receptores
- Defectos y barreras

UNIDAD.- Argumentos Comerciales

- La argumentación comercial
- Proceso de creación de Argumentos Comerciales
- Las características del producto o servicio
- Las ventajas comerciales del producto o servicio
- Los beneficios del producto o servicio
- Secuencia de la Argumentación: Desarrollo
- Secuencia de la argumentación: Apertura
- Secuencia de la Argumentación: Demostración
- Secuencia de la Argumentación: Presentación de Beneficios
- Recomendaciones para la argumentación comercial

UNIDAD.- Tratamiento de Objeciones

- Introducción
- ¿Qué debemos hacer cuando un cliente nos plantea una objeción?
- Pautas de conducta

- Tipos de objeciones
- Técnicas para rebatir objeciones
- Reglas de Oro en el Tratamiento de Objeciones

UNIDAD.- Convertir Oportunidades en Necesidades

- El proceso comercial y la detección de oportunidades
- Atención de las necesidades del cliente
- Incrementar el valor de los clientes actuales
- La venta cruzada
- Beneficios de la venta cruzada
- Cómo enfocar la venta cruzada

UNIDAD.- El Cierre de Venta

- El cierre de venta
- Fases en el proceso de cierre de la venta
- Señales de compra
- Requerimientos
- Técnicas de cierre
- Recordatorio
- Después del cierre

UNIDAD.- Fidelización y Seguimiento del Cliente

- Concepto de fidelización de clientes
- Gestión de clientes
- Vinculación de clientes
- Ventajas de la fidelización
- Factores de fidelización
- El valor percibido de las ofertas
- Las barreras de salida
- La calidad de la atención
- Confianza y capacidad de construir relaciones a largo plazo
- La imagen y el precio
- Programas de fidelización de clientes
- Sistemas de CRM

UNIDAD.- Marca Personal

- Qué es la Marca Personal - Diferencia con Marketing Personal
- Para qué sirve tener una Marca Personal
- La marca como una proyección de nuestra personalidad
- Líderes digitales en las empresas
- Autoconocimiento: definir nuestra visión y misión vital
- Posicionamiento de la marca personal

- Construir nuestra identidad digital
- 7 pasos para diseñar nuestro Plan de Marketing Personal
- Consejos para diseñar tu Marca Personal en tus perfiles sociales
- Desarrollo del Networking
- Comunicar nuestra marca
- Dónde usar la técnica de Storytelling en nuestra Marca Personal
- Consejos para gestionar nuestra Marca Personal
- Mantener la reputación de nuestra marca
- Qué evitar hacer para no dañar nuestra Marca Personal

UNIDAD.- Cómo vender a través de Web Conference

- Venta a través de videoconferencia. Qué ventajas ofrece
- Aspectos organizativos a considerar
- El inicio de la reunión
- Desarrollo de la reunión
- Factores condicionantes del éxito en un proceso de venta
- El factor personal en la venta
- El proceso de la atención y el uso del storytelling
- Las motivaciones del cliente
- Cómo elaborar tu presentación
- Uso de los principios heurísticos
- El cierre de ventas

UNIDAD.- Cómo vender a través de LinkedIn

- Redes Sociales Profesionales
- LinkedIn: explicación gráfica
- Para qué abrir un perfil en LinkedIn
- Primeros pasos con LinkedIn: Tu identidad Profesional
- Cómo integrar un mensaje de voz para conseguir cercanía
- Personaliza tu perfil público
- Trayectoria académica y profesional
- Importancia de las palabras claves
- Cómo construir una red de contactos potente
- Interactuando con las empresas
- Claves para conectar mejor en LinkedIn
- Contenidos: Para qué crearlos y cómo encontrar inspiración
- Aprovecha estos formatos y crea un contenido ganador
- Cómo utilizar LinkedIn para hacer ventas
- Construye tu red de contactos
- Detecta a tus contactos clave
- Establece un primer contacto
- Haz una presentación general
- Estrecha el contacto y profundiza el vínculo
- Presenta una propuesta concreta y cierra la venta

- Qué evitar en LinkedIn
- Qué son y para qué sirven las páginas de empresa de LinkedIn
- Requisitos para crear una página de empresa
- Qué elementos incluir en una Página de Empresa