



Técnicas de Venta para el Sector Comercio

Código: 457681

Duración: 40.00 horas

Descripción

El Curso de Técnicas de Venta para el Sector Comercio es un potente programa de entrenamiento y potenciación de la acción comercial eficaz, específicamente concebido para la venta y la atención al cliente en el Sector Comercio. El programa está conformado por una serie de módulos que proporcionan, de forma eficaz, amena y sencilla las respuestas a las incógnitas que presentan las diferentes fases de la atención y la venta a los clientes. De este modo, paso a paso, se realiza un recorrido completo por todas las situaciones posibles que un profesional se encuentra en su día a día en la venta y atención de clientes en un comercio.

El curso cuenta con numerosos videos de Rol-Play en los que se escenifican situaciones comerciales habituales que se producen en el sector comercio, ilustrando los comportamientos comerciales adecuados y aquellos que no lo son.

Objetivos

- Aprender cómo presentarse ante un potencial cliente, y dominar las distintas técnicas que facilitan el éxito en una entrevista comercial.
- Capacitarse en la gestión de venta, especialmente en la habilidad para averiguar y satisfacer las necesidades de los clientes, y conseguir que éstos perciban la prestación de servicio como un valor añadido.
- Adquirir las habilidades que les permitan crear y utilizar los argumentos comerciales para ofrecer productos o servicios a los clientes de la forma más eficaz posible.
- Aprender la forma más eficaz de hacer frente a las objeciones comerciales más habituales, que se suelen hacer en las entrevistas comerciales.
- Comprender y utilizar los argumentos y las técnicas de venta más apropiados para realizar el cierre de ventas en una entrevista comercial, y conocerán los diferentes sistemas que permiten maximizar la eficacia del cierre.
- Adquirir las competencias y habilidades necesarias para conseguir una adecuada y continuada fidelización de los clientes hacia la empresa, de manera que permita alcanzar los objetivos establecidos.

UNIDAD 1.- 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 2.- ATENCIÓN Y GESTIÓN TELÉFONICA

- La imagen a través del teléfono
- Elementos que intervienen en la comunicación telefónica
- La entonación
- La articulación
- El lenguaje
- La escucha activa
- Actitudes al Teléfono
- Reglas básicas de recepción de llamadas
- Planificación
- Acogida
- Descubrir necesidades
- Despedida
- Llamadas de petición de información
- Cómo reaccionar cuando un cliente grita por teléfono
- ¿Cuándo surge la reclamación?
- La actitud frente a una reclamación
- ¿Qué hacer para tratar al cliente enfadado?

UNIDAD 3.- EL PROCESO 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 4.- 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 5.- ARGUMENTACIÓN COMERCIAL

- 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: Apertura
- Secuencia de la Argumentación: Desarrollo
- Secuencia de la Argumentación: Demostración
- Secuencia de la Argumentación: Presentación de Beneficios
- Recomendaciones para la argumentación comercial

UNIDAD 6.- TRATAMIENTO DE OBJECIONES

- ¿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 7.- 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 8.- 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
- Sistemas de CRM