



Técnicas de Venta

Código: 618706

Duración: 40.00 horas

Descripción

El curso de Técnicas de Venta prepara a los estudiantes para que comprendan cómo llevar a cabo una venta eficiente.

El programa les ayudará a identificar necesidades, ofrecer soluciones adaptadas, conocer mejor la competencia y trabajar en equipo para lograr resultados óptimos.

Además, aprenderán acerca de la importancia de establecer y mantener relaciones duraderas con los clientes, así como también acerca del uso adecuado de la tecnología para alcanzar metas comerciales.

Objetivos

- Comprender los conceptos básicos sobre el proceso
- Desarrollar habilidades para abordar situaciones desafiantes
- Aprender acerca de técnicas prácticas para una narrativa persuasiva
- Estudiar cómo identificar las necesidades del cliente
- Utilizar herramientas tecnológicas para gestionar campañas

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 - PLANIFICACION Y ORGANIZACION DE LA ACCION COMERCIAL

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

UNIDAD 3 - ATENCION Y GESTION TELEFONICA

- 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 4 - CONCERTACION TELEF. 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 5 - 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 6 - 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 7 - 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: Apertura

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

UNIDAD 8 - 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 9 - 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 10 - FIDELIZACION 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