

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Adquirir conocimientos para el desarrollo de habilidades comerciales y conocer, analizar y acercarse a los hábitos de los clientes y el proceso y las técnicas de venta para garantizar su cierre. - Identificar la proactividad comercial y su importancia. - Describir el proceso de atención telefónica de clientes. - Conocer las características de la entrevista comercial en atención al cliente. - Concretar las necesidades de los clientes para una mejor atención. - Descubrir el proceso de argumentación comercial. - Dominar el tratamiento de objeciones. - Identificar el cierre de ventas como una actividad decisiva en la actividad comercial. - Conseguir la fidelización de clientes y sus implicaciones en la empresa. - Descubrir los elementos que influyen en la atención eficaz al cliente. - Establecer la influencia de la comunicación no verbal en el éxito de una venta. - Descubrir técnicas eficaces para el cierre de ventas.

CONTENIDOS

Proactividad comercial Introducción La importancia de ser proactivo El esfuerzo continuado La orientación al cliente y la imagen que le transmitimos Planificación y optimización de recursos Reglas para ser proactivos Resumen La atención y gestión telefónica de clientes Introducción La orientación al cliente. Proceso de asesoramiento comercial a clientes. Atención de las necesidades del cliente. Incrementar el valor de los clientes actuales Elementos que intervienen en la comunicación La expresión verbal El lenguaje positivo y negativo. La entonación. La articulación La escucha activa Descubrir necesidades Llamadas de petición de información Tratamiento de reclamaciones Resumen La entrevista comercial Introducción Preparación de la entrevista comercial. La entrevista comercial y la comunicación Estructura de la comunicación La comunicación no verbal La comunicación verbal. El saludo y la presentación La detección de necesidades Las preguntas La escucha activa y la empatía. La capacidad de sintonizar emocionalmente con la otra persona Las habilidades comerciales como emisores y como receptores de la comunicación Defectos y barreras para una buena comunicación Resumen Convertir oportunidades en necesidades Introducción El proceso comercial y la detección de oportunidades Proceso de asesoramiento comercial a clientes 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 Generación de confianza Resumen Argumentación comercial Introducción Las características del producto o servicio Las ventajas comerciales del producto o servicio. Los beneficios del producto o servicio Secuencia de la argumentación comercial: Apertura Secuencia de la argumentación comercial: Desarrollo Secuencia de la argumentación comercial: Demostración y presentación de beneficios La argumentación: esquema a seguir Algunas recomendaciones prácticas para la argumentación comercial Resumen Tratamiento de objeciones Introducción Tratamiento de objeciones. Qué debemos hacer cuando el cliente nos plantea una objeción Tipos de objeciones y formas de afrontarlas Técnicas para rebatir objeciones Reglas de oro en el tratamiento de objeciones Resumen El cierre de ventas Introducción Actividad. El cierre de la venta Fases en el proceso de cierre de las ventas Tipos de señales de compra Algunos tipos de señales de interés Requisitos para el cierre de venta Técnicas de cierre Resumen Fidelización y seguimiento de clientes Introducción Concepto de fidelización de clientes Gestión de clientes Vinculación de

Clientes Ventajas de la fidelización Factores de fidelización Resumen Atención eficaz al cliente Introducción La orientación al cliente. La comunicación con el cliente. Escuchar al cliente La importancia de la imagen. Evitar una imagen negativa La expresión verbal. La calidez de la voz Comunicación no verbal La oficina o establecimiento y el puesto de trabajo Cómo tratar a nuestros clientes según su actitud El cliente que asiente o permanece en silencio El cliente impulsivo y el cliente indeciso El cliente que se da importancia y lo sabe todo El cliente riguroso y minucioso El cliente rudo y polémico El cliente hablador El cliente desconfiado y escéptico Tratamiento de quejas y reclamaciones Recomendaciones finales Resumen La comunicación y el lenguaje no verbal para el éxito de la venta Introducción El proceso de la venta y la comunicación Estructura de la comunicación Preparación de la venta. La venta La comunicación no verbal. La mirada. Los gestos y posturas. La voz Comunicación verbal: la primera impresión. Recomendaciones para la presentación La detección de necesidades. Las preguntas. La escucha activa Actividad "la escucha activa" La empatía. Sintonía emocional Habilidades como emisores Habilidades como receptores Barreras en la comunicación Resumen Técnicas eficaces para el cierre de ventas Introducción El cierre de venta. Fases en el proceso de cierre de la venta Señales de compra. Algunos tipos de señales de interés Requisitos para el cierre de la venta Técnicas de cierre Recordemos que... Después del cierre. Actividad. Seguimiento de la venta Resumen