

# TÉCNICAS DE VENTA 2.0

60  
HORAS

## DESCRIPCIÓN

---

Vender es la actividad fundamental de la empresa. Saber vender un producto o servicio, a cualquier tipo de cliente, requiere un conocimiento profundo de las motivaciones de compra y de venta.

Este programa pretende poner al alcance de los participantes las técnicas de ventas que les convertirán en expertos, mostrándoles las técnicas de ventas más efectivas según los diferentes tipos de clientes.

El curso incidirá en las motivaciones de la compra, y como enfocar las fortalezas de los diferentes productos o servicios, y ampliará la visión comercial mediante los conocimientos de marketing y psicología aplicada, con ejemplos reales que podrán aplicarse en el día a día.

## OBJETIVOS

---

Conocer y practicar las técnicas de venta profesional. Conocer y practicar las principales habilidades que debe poseer un responsable comercial, tales como la organización del trabajo, la comunicación interpersonal, el trabajo en equipo, la negociación, etc.

## CONTENIDOS

---

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.

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 - El lenguaje negativo - El lenguaje positivo - La escucha activa - Actitudes al Teléfono - Actitud No defensiva - Reglas básicas de recepción de llamadas - Fases de la recepción - Descubrir necesidades - Llamadas de petición de información - Tratamiento de reclamaciones.

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 - Estructura de la comunicación - Preparación de la entrevista comercial - 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 - La empatía - Sintonía emocional - Habilidades como emisores - Habilidades como receptores - Barreras en la comunicación.

UNIDAD 6: CONVERTIR OPORTUNIDADES EN NECESIDADES: 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.

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 - Algunos tipos de señales de interés - Requisitos para el cierre de venta - Técnicas de cierre - 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.