

Objetivo general

El objetivo es capacitar a los asistentes en las fases principales del proceso de ventas consultivo adaptativo que permite optimizar los recursos y esfuerzos de ventas, fundamentalmente en épocas de crisis

Metodología

Uso de dinámicas de participación, mapeo y autoevaluación de los participantes, juegos de roles, que permitan llevar a la práctica los conceptos teóricos dictados con el fin de desarrollar la habilidad práctica y el saber-hacer.

Destinatarios

Empresarios de PyMEs, Gerentes, Jefes, Supervisores, Coordinadores de Ventas, Vendedores y Asesores comerciales avanzados o que estén iniciando la actividad, Emprendedores y todas aquellas personas con inquietudes de mejorar sus conocimientos y habilidades en el mundo de las ventas.

Duración

7 encuentros de 3 hs. cada uno.
Total: 21 horas.

Contenido

INTRODUCCIÓN

- ¿Cómo deciden los clientes?
- Elementos racionales y emocionales en la venta actual.
- Expectativas del cliente. Centro en la experiencia.
- El producto o servicio como medio y no como fin en sí mismo.
- El rol del vendedor como asesor.
- La importancia de la orientación al cliente.
- Los tres pilares del asesor comercial.
- Etapas de la Venta Consultiva Adaptativa.
- El proceso garantiza el resultado.

CONTACTO INICIAL

- Los primeros instantes y la empatía. Errores comunes.
- Inicio positivo del proceso de contacto.
- Elementos de la PNL en la generación de un espacio de comodidad y confianza.
- Generación de rapport.
- Posicionamiento profesional.
- Gestualidad y corporalidad.
- Comunicación inconsciente.
- Estilo personales básicos de clientes
- Sondeo de receptividad.

DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES

- Diferencia entre necesidad, deseos y requerimientos.
- Información a sondear
- Concepto de valor.
- Los motivadores de compra
- Tipología de preguntas. Objetivos.
- Uso eficaz de la técnica de indagación.

- Escucha activa.
- La retroalimentación.
- El método SPIN.

PRESENTACIÓN DE LA OFERTA

- El método de las 7Q.
- La presentación efectiva
- Conocimiento de la oferta propia.
- Conocimiento de la competencia.
- Apoyo con evidencias.
- Uso de materiales de apoyo
- Personalización la oferta
- El armado de argumentos efectivos
- Elementos de la demostración
- El proceso de demostración exitoso

OBJECCIÓN ESPECÍFICA AL PRECIO

- Presentación efectiva del precio
- Manejo Aceptar-Neutralizar-Argumentar
- La problemática del precio.

- La técnica del reencuadre
- La oferta de valor
- Defensa de la propuesta realizada
- Uso de descuentos o bonificaciones

INTRODUCCIÓN AL MANEJO DE OBJECIONES.

- Las objeciones.
- Origen de las resistencias
- Diferencia entre excusa y objeción.
- Normas de actuación frente a las objeciones
- Dilatar la respuesta
- Limitar la objeción
- Desafiar las objeciones con preguntas

EL CIERRE

- El cierre de prueba
- Momento psicológico del cierre
- Técnicas exitosas de cierre.

ULTIMAS RECOMENDACIONES

- Etapa de entrega y postventa
- Uso de información posterior al cierre
- Seguimiento de la gestión
- Manejo de la ansiedad del cliente
- Llamada de conformidad
- Solicitud de referidos
- Llamadas de fidelización

Docentes

Lic. Alejandro Terrazzino