

VENTAS

Herramientas comerciales para enfrentar los desafíos actuales



DIRIGIDO A:

Empresarios, comerciantes, vendedores, representantes de venta, promotores y otros niveles de soporte técnico y de servicio de la gestión de venta.



OBJETIVO GENERAL:

Incorporar una concepción profesional sobre la venta y atención al cliente desde un enfoque centrado en el cliente.

Incorporar herramientas para contribuir al cumplimiento de los objetivos de la empresa, a través del conocimiento y satisfacción de las necesidades reales de los clientes.

Técnicas aplicables en el proceso de la venta y la atención al cliente.

Desde la actitud:

- Aplicar ajustes de actitud positiva que provoquen mayor compromiso en ventas.
- Aplicar principios y técnicas de la demostración y venta en mostrador.
- Asumir mayor protagonismo y ser proactivo/a en la venta en mostrador.
- Establecer relaciones de trabajo productivas y satisfactorias con los clientes.
- Identificar aspectos que provocan la motivación en el trabajo.
- Proporcionar un servicio de excelencia. Valorar la importancia del fenómeno del cambio en nosotros y en la empresa.

Desde la gestión:

- Desarrollar estrategias de atención al cliente que aseguren las ventas.
- Desarrollar un enfoque que permita brindar soluciones y fidelizar a los clientes.
- Generar una mayor satisfacción entre los clientes brindando un mejor trato.
- Identificar a sus clientes para desarrollar profesionalmente las ventas.
- Lograr convencer al futuro cliente, que el producto o servicio que se le está ofreciendo conviene a sus necesidades.
- Transformar las entrevistas de ventas en cierres ganar/ganar.
- Vender mediante las técnicas adecuadas, en el momento justo y de la manera correcta.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- El participante conceptualizará acerca del significado de atención al cliente y los tipos de público de una empresa.
- Vivenciará y conceptualizará entorno a la empresa desde una perspectiva sistémica, jerarquizando el trabajo en equipo y sus relaciones humanas para el cumplimiento de objetivos.
- Se sensibilizará acerca de la importancia de una adecuada comunicación para la atención al cliente.

- Distinguirá los dos grandes tipos de comunicación en los lugares existentes y destacará la necesidad de la retroalimentación.
- Descubrirá el significado de diferentes posturas, actitudes, como también de la importancia de una escucha activa.
- Definirá los elementos fundamentales para lograr una comunicación con calidad.
- Tomará conciencia de su rol y perfil para la imagen de la empresa.
- Analizará la imagen telefónica y rescatará herramientas para su buen uso.
- Visualizará la importancia de lograr una imagen presencial acorde con el servicio que presta y los requisitos esperados por el cliente.
- Incorporará herramientas de evaluación y seguimiento del cliente, tanto interno como final.
- Rescatará un listado de preguntas que sinteticen un perfil exitoso del personal en contacto.



TEMARIO:

- Comercialización y ventas.
- Plan de desarrollo personal como vendedor, construcción del perfil del vendedor eficiente.
- La venta desde una perspectiva de calidad en el servicio.
- Profesionalidad del vendedor: Planificación
- La venta como forma de satisfacer necesidades de la empresa y del cliente.
- Identificar necesidades concretas en momentos de crisis
- Técnica de sondeo: Cuándo se necesitan más datos sobre las necesidades, deseos, etc.
- La psicología en las ventas: estrategias de abordaje y aproximación al perfil del cliente aún en contextos no favorables.
- Comunicación aplicada al servicio de Atención al Cliente y Ventas
- Tipos de comunicación: verbal y no verbal. Recursos Físicos y Psicológicos
- Estilos de comunicación y liderazgo en momentos de crisis
- La inteligencia emocional e interpersonal
- Manejo de situaciones conflictivas, objeciones, tipos de clientes
- La compra venta como proceso de negociación
- Ventas y atención al cliente vía telefónica
- Herramientas de seguimiento. Fidelización