



Técnicas de Ventas

“Los secretos de la persuasión para vender y convencer”



Piedras 1763 - piso 5 - Bs. As. Argentina – Tel. 54 11- 5263-2436

www.tavelloconsultores.com.ar



Introducción

El curso de técnica de ventas permitirá desarrollar capacidades necesarias para persuadir, convencer y vender el producto mediante las diversas técnicas de manejo de objeciones, resolución de conflictos, como vender por primera vez, convencer al no convencido de adquirir el producto y crear necesidades en el comprador potencial.

Enfoque y Metodología

El curso estará dictado por profesionales de gran trayectoria y de excelente formación. Así mismo, el curso proveerá aplicaciones prácticas, videos, ejercicios y ejemplos de venta real y la enseñanza de técnicas de ventas usuales, tradicionales y ortodoxas donde el participante podrá incorporar rápidamente los contenidos del programa.

Destinatarios

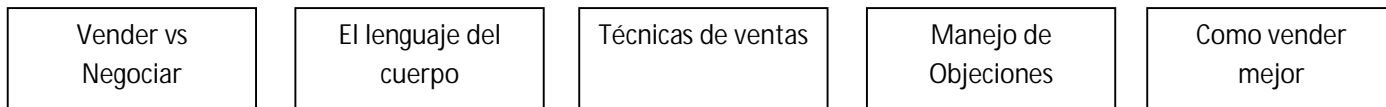
El programa está dirigido a toda aquella persona que se desempeñe en sectores de ventas, departamentos comerciales, áreas de marketing y telemarketing, atención al cliente, emprendedores y todo aquel que quiera mejorar las técnicas de persuasión para vender, ya sea productos o servicios tangibles e intangibles.

Objetivos

- ✚ Potenciar y aumentar el cierre de operaciones comerciales.
- ✚ Desarrollo y descubrimiento de cualidades personales para el desarrollo de ventas.
- ✚ Resolución de conflictos y manejo de objeciones.
- ✚ Otorgar mayor valor agregado al proceso de ventas.
- ✚ Incorporar a la venta las técnicas de persuasión.
- ✚ Entender la programación neurolingüística corporal frente al proceso de ventas.
- ✚ Detectar las necesidades y deseos de los clientes.

Programa de Entrenamiento

La secuencia de los módulos temáticos es la siguiente:



Piedras 1763 - piso 5 - Bs. As. Argentina – Tel. 54 11- 5263-2436

www.tavelloconsultores.com.ar



Contenidos del Programa:

Módulo I Vender vs Negociar

Concepto de ventas. ¿Cómo es vender hoy?, las ventas dentro del mix comercial, diferencia de vender hoy estratégicamente. Generación y creación de vínculos con los clientes. Creación de una relación redituable con el cliente, generación de Valor agregado y gestión de marketing. Concepto de vender, negociar y fidelizar. Diferencia entre vender y negociar. Estudiar al cliente antes de vender. La estructura personal del vendedor. Características psicológicas del consumidor. Comportamientos habituales en un vendedor. Los hábitos en la venta. Profesionalidad en ventas. Tipos de vendedores. Tipos de ventas. Errores comunes al momento de vender. Clientes difíciles, clientes indecisos y clientes conflictivos., ¿Cómo motivarnos a nosotros y nuestro equipo de ventas? Trazar el perfil de cada cliente, creación de una base de datos de CRM sin acudir a un software profesional.

Módulo II El lenguaje corporal

¿Qué es la programación neurolingüística? Entender las señales del cuerpo. Dominio de la percepción, señales no verbales en el momento de vender, manejo del lenguaje corporal. Fortalezas y Debilidades del vendedor. La programación neuro-ventas antes de vender. Actitud, persuasión, convencer y vender. Entender las ventajas y desventajas de nuestros productos y servicios. Convertir nuestras desventajas de nuestros productos como algo positivo frente al cliente. La importancia de definir los objetivos antes de cerrar una venta.

Módulo III Técnicas de venta

Modelos de ventas. Método de ventas AIDDA (atención, interés, demostración, deseo y acción). Venta encadenada de productos masivos, de impulso, de imagen y de servicios. Modelo de la persuasión de ventas. Método de ventas SPIR (situación, problema, implicación, resolución). Método de ventas AICDC (Atención, interés, convicción, deseo y cierre). ¿Cómo vender un producto nuevo? ¿Cómo vender un producto de baja rotación? Alcanzar un objetivo real de ventas teniendo en cuenta la demanda proyectada.



Módulo IV Manejo de Objeciones

Como comunicarse con el cliente. Características y demostración de los productos y servicios que brinda. Técnicas de preguntas, técnicas de cierre, objeciones frecuentes y comunes tales como:

Objeciones reales: De desventajas de productos y servicios, falta de entendimiento de la necesidad puntual por parte del cliente, servicio mayor especializado, costos elevados que no justifican el servicio, falta de capacidad de respuestas.

Objeciones por malentendidos: Desencuentro entre el cliente y el vendedor, no comprensión por parte del cliente, falta de paciencia del vendedor, apuro en el cierre de ventas, distracción por parte del cliente, verborragia por responder del lado del vendedor.

Objeciones por escepticismo: Tiempos de tomar la decisión de compra por parte del cliente, corroborar datos de competencia por parte del cliente, dudas de compra.

Objeciones de pretexto: falta de tiempo, de pago, de momento y de lugar.

Objeciones por indiferencia: Comparación de lo nuevo y lo existente, nacional e internacional, marcas Premium vs marcas secundarias. Formas de responder frente a objeciones, entablar estrategias para cada tipo de objeción ¿cómo convertir una objeción en unas respuestas satisfactoria frente al cliente? Cierre de venta, buscar la satisfacción del cliente.

Módulo V Cierre de la venta y Como vender mejor

Tipos de venta, Venta telefónica y por internet, selección y segmentación de base de datos, llamado, probabilidad de error, de atención y de venta. Técnicas de cierre de venta.

Cosas que no se deben hacer en un proceso de venta, buscar la lealtad de ventas posterior al cierre de ventas, buscar la recomendación del cliente, crear una base de datos, recordatorio como estrategia, vender concepto y no producto. Seguimiento en el tiempo.