

Profesionalice su enfoque de ventas

Curso práctico de 3 días - 21h

Ref.: ATK - Precio 2026: 1 420€ sin IVA

Al final del curso, los alumnos serán capaces de entender a sus clientes, aprovechar las oportunidades y establecer una relación comercial de alta calidad.

OBJETIVOS PEDAGÓGICOS

Al término de la formación, el alumno podrá:

Preparación de reuniones de ventas: conocer su oferta, sus clientes y su mercado

Adoptar una postura de ventas que mejore su imagen

Dominar las técnicas de comunicación

Tratar objeciones y situaciones delicadas

Identificar oportunidades para ofrecer un servicio a medida

Negociación hasta la firma

Talleres prácticos progresivos sobre conocimientos prácticos y habilidades interpersonales (más del 50% del tiempo de formación). Juegos de rol filmados. Caja de herramientas.

PROGRAMA

última actualización: 02/2024

1) Preparación de una reunión de ventas

- Conozca su oferta, los problemas y las tendencias de su mercado.
- Contexto de la reunión de ventas.
- Prepárate (en la mente y en la práctica).
- Estructuración de una referencia activa: obtención de una recomendación.
- Identifique los beneficios que supone para su contacto recibirle.
- Comunique esta ventaja con entusiasmo.

Reflexión colectiva : Taller: a través de las experiencias Tops and Flops que hayas tenido u observado, identifica las etapas y posturas de una reunión de ventas exitosa.

2) Ganar confianza en los primeros minutos

- Entender mejor al cliente y establecer un clima de confianza: la regla 4x20.
- Utiliza los cuatro vectores de la comunicación: voz, postura, contacto visual y presencia física.
- Comprender la importancia de la comunicación no verbal.
- Hacer frente a una actitud de reserva y retraimiento.

Escenario : Role-play: Taller de argumentos de venta. Presenta tu empresa en un minuto (filmado y analizado).

3) Identificar las necesidades y motivaciones de compra

- Descubrir las estrategias de los clientes: objetivos, limitaciones, retos.
- Identificar y adaptarse al estilo de comunicación de la otra persona.
- Identificar la red de influencia.
- Priorizar las ventas en función de los objetivos del comprador.
- Identifique las motivaciones de su interlocutor.

PARTICIPANTES

Todos los empleados que deban desarrollar un enfoque de ventas como parte de sus funciones.

REQUISITOS PREVIOS

No se requieren conocimientos especiales.

COMPETENCIAS DEL FORMADOR

Los expertos que imparten la formación son especialistas en las materias tratadas. Han sido validados por nuestros equipos pedagógicos, tanto en el plano de los conocimientos profesionales como en el de la pedagogía, para cada curso que imparten. Cuentan al menos con entre cinco y diez años de experiencia en su área y ocupan o han ocupado puestos de responsabilidad en empresas.

MODALIDADES DE EVALUACIÓN

El formador evalúa los progresos pedagógicos del participante a lo largo de toda la formación mediante preguntas de opción múltiple, escenificaciones de situaciones, trabajos prácticos, etc. El participante también completará una prueba de posicionamiento previo y posterior para validar las competencias adquiridas.

MEDIOS PEDAGÓGICOS Y TÉCNICOS

- Los medios pedagógicos y los métodos de enseñanza utilizados son principalmente: ayudas audiovisuales, documentación y soporte de cursos, ejercicios prácticos de aplicación y ejercicios corregidos para los cursillos prácticos, estudios de casos o presentación de casos reales para los seminarios de formación.
- Al final de cada cursillo o seminario, ORSYS facilita a los participantes un cuestionario de evaluación del curso que analizarán luego nuestros equipos pedagógicos.
- Al final de la formación se entrega una hoja de presencia por cada media jornada de presencia, así como un certificado de fin de formación si el alumno ha asistido a la totalidad de la sesión.

MODALIDADES Y PLAZOS DE ACCESO

La inscripción debe estar finalizada 24 horas antes del inicio de la formación.

ACCESIBILIDAD DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

¿Tiene alguna necesidad específica de accesibilidad? Póngase en contacto con la Sra. FOSSE, interlocutora sobre discapacidad, en la siguiente dirección psh-accueil@orsys.fr para estudiar de la mejor forma posible su solicitud y su viabilidad.

- Utiliza las herramientas del descubrimiento: preguntas, empatía, escucha activa, reformulación.

Juego de rol : Taller: utilización de herramientas de descubrimiento para establecer contacto rápidamente. Sesión informativa en grupo.

4) Afinar los argumentos

- Elija argumentos basados en la información recopilada durante la fase de descubrimiento (CAB).
- Construye y estructura tus argumentos.
- Saber comunicar en términos de beneficios para el cliente.
- Vender a través de la prueba.
- Distíngase de la competencia.
- Las tres técnicas de presentación de precios.

Trabajo práctico : Taller: presentar la solución en relación directa con las necesidades identificadas durante la fase de descubrimiento.

5) Argumentar de forma persuasiva y asertiva

- Afirme sus intenciones.
- Adopte una actitud asertiva.
- Tranquilice a su cliente.
- Utilice el reencuadre positivo.
- Utilice el canal de comunicación adecuado.
- Evita que la duda te invada.

Trabajo práctico : Prueba de asertividad y práctica de entrevista utilizando y observando la postura asertiva. Sesión informativa en grupo.

6) Atreverse a imponerse ante los clientes

- Responda con calma a las críticas.
- Tratar eficazmente las objeciones.
- Dar una negativa que sea aceptable para el cliente.
- Practicar la "antiventa".

Reflexión colectiva : Tratamiento de las objeciones de los clientes. Debriefing en grupo.

7) Hacer frente a las objeciones

- Cómo hacer frente a las objeciones.
- Las tres etapas clave en el tratamiento de las objeciones.
- Convertir una objeción en algo positivo.
- Identifique los tipos de objeciones y anticipese a ellas.
- Técnicas de tratamiento.

Trabajo práctico : Taller: formación práctica sobre las objeciones más comunes.

8) Conseguir el compromiso de los clientes

- Detección de señales de compra.
- Elija la forma adecuada de conclusión.
- Domine las estrategias de fidelización para convertir a cada cliente en un embajador.
- Capitalizar el conocimiento: el informe de la entrevista.

Trabajo práctico : Taller: reconocer las señales de compra y los signos de alerta. Concluir eficazmente la reunión de ventas. Redacción del acta.

FECHAS

Contacto