

SEMINARIO ONLINE



Técnicas de **Venta**

INICIO: Lunes 18 de abril

8:50 a 11:30 hrs.



Técnica de Ventas

Objetivos del programa

En un mercado cada vez más competitivo, la empresa más exitosa es aquella que vende sus productos por encima de la competencia, el rol de la fuerza de ventas es primordial, al generar resultados exitosos y consistentes en el tiempo, e incentivando y promoviendo una relación efectiva y de largo plazo con los clientes.

Al final del curso cada participante conocerá las formas de abordar, aplicar técnicas y cerrar negocios a través de la relación personal con clientes actuales y potenciales, además de generar resultados exitosos y consistentes en el tiempo.

Alcance a contenido del curso:

- Técnicas de venta relacional; el vendedor ofrece su productos a un potencial cliente y él cierra el negocio.
- No es una venta transaccional, de retail, de góndola, de productos genéricos, y tampoco Uno a Uno, basadas en cuestiones técnicas o tecnológicas, ni de productos exclusivos o muy diferenciados.

- Se desarrollan habilidades útiles y prácticas, basadas en la experiencia del relator. No se entrega conocimiento teórico.
- El enfoque del programa privilegia que la fuerza de ventas esté en contactos con los clientes haciendo lo que debe hacer un vendedor, es decir vender.
- Los vendedores deben estar fuera de la oficina, labores administrativas o el ingreso de datos hacerlo en la tarde, después de haber visitado clientes.

Contenido

Vendiendo la entrevista personal

Objetivo: Distinguir lo que es vender y lo que no es vender, que la venta es algo que se gestiona día a día todos los días, que la primera etapa es aprender a cerrar entrevistas con clientes potenciales a los que se les llama por teléfono para concretar una entrevista telefónica.

- ¿Qué es vender y que no es Vender?
- La venta se gestiona, no es tomar pedidos, hay que participar de la decisión con el cliente, la venta, los clientes, la satisfacción del cliente, actúe con naturalidad, no sea inoportuno, póngase en el lugar del cliente
- Infórmese del cliente, es una venta relacional, antes de llamar a un cliente indague investigue del cliente, encuentre algo que le sea atractivo al cliente, un beneficio, al interesarlo entonces haga preguntas cerradas del tipo ¿lunes o miércoles?

- El objetivo concretar entrevista personal en la oficina del cliente, manejo objeciones entrevista; "No tengo tiempo", "No me interesa", "No tengo presupuesto (plata)", máxima mostrar en 10 segundos ofrecer un BENEFICIO muy concreto
- La venta empieza cuando la respuesta es "NO"; muestre un beneficio, si no, no hay entrevista, los beneficios no son genéricos son cosas reales

Actividad: Cada participante pone en práctica lo enseñado haciendo juegos de roles, al menos uno exitoso por asistente. El objetivo de los juegos de roles es que cada participante cierre una entrevista personal con la persona a la que se llama.

Contenido

Consideraciones para la entrevista personal

Objetivo: Dominar las técnicas para preguntar o sondear, los objetivos de cada una de las preguntas para determinar las necesidades del cliente y destacar los beneficios de la oferta.

- La importancia de no dudar, la duda es señal de miedo y fracaso, no mostrar ansiedad, los tipos de preguntas o sondeo, abierta expande la conversación, los beneficios se contextualizan.
- Apoyarse siempre en los beneficios del producto, obtenga información, cerrada la focaliza, al inicio hacer preguntas abiertas, e ir cerrando mediante preguntas cerradas.
- Estar muy atentos a las señales del cliente, a la primera señal de aceptación cierre el negocio, deje de hablar y cierre,

tipos de clientes, entender el proceso de toma de decisiones, en ocasiones es mejor no responder, jamás tomar el conflicto como algo interpersonal.

- La actitud de quienes negociamos con clientes es fundamental, lamentar las cosas no pedir perdón, en ocasiones es preferible navegar y navegar, no se puede mostrar ansiedad ante el cliente, solito llega al puerto

Actividad: Cada participante pone en práctica lo enseñado haciendo juegos de roles, al menos uno exitoso por asistente. El objetivo de los juegos de roles es que partiendo de la conversación telefónica, el vendedor se traiga consigo el contrato firmado por el cliente, es decir el cierre de negocios.

Contenido

Las objeciones y su manejo

Objetivo: Se verá en detalle lo que ocurre si a pesar de haber hecho todo bien, no hay cierre, reconocer las actitudes no manejadas en forma adecuadamente.

Detectar nuevas necesidades, manejo de objeciones y cierre el negocio.

- Qué hacer si no hay cierre, si no hay cierre hay actitud mal manejada o no detectada, actitudes, "Indiferencia", la más difícil de superar, cliente no muestra interés (más común vendedores novatos), prospecto mal calificado, ofrecer otros beneficios.
- "Objeción", no está de acuerdo o no cree en la veracidad de los argumentos, entregar elementos de juicio objetivos, pruebas, referencias clientes opiniones expertos, máxima siempre resolver una objeción.
- "Escepticismo", se requieren pruebas, estudios, información, datos, etc., hay que eliminar las dudas de otro modo o no se cierra

o las condiciones del cierre se deterioran ya que el cliente subvalora el producto.

Actividad: Nuevamente el objetivo de los juegos de roles es que el vendedor logre cerrar el contrato con el cliente a pesar de que la haya dicho que no, se debe traer el contrato firmado por el cliente, es decir el cierre de negocios

Contenido

Prospección y el cierre

Objetivo: Se explica cómo se gestan los cierres a partir de los hechos esenciales que hace un vendedor, visitar cliente, levantar prospectos y cerrarlos, con ejemplos reales se analiza como mejoras parciales en cada etapa se obtienen mejoras importantes en la productividad.

- No se puede afirmar que un vendedor es malo si cierra poco ya que hay que entender si prospecta o cierra mal los negocios o una combinación de ellos por lo tanto hay que salir a la calle con él y entender cómo está vendiendo. A los vendedores nuevos la capacitación debe también ser en la calle con otros vendedores con experiencia.
- A partir de tres hechos esenciales que hacen los vendedores que son visitar clientes, levantar prospectos y posteriormente cerrarlos es fundamental entender cómo se gestan

los cierres y la metas, es decir la prospección de negocios y el cierre de negocios,

- La tasa de prospección y la tasa de cierre, mejoras de productividad, ejemplos reales, es decir mejorando el levantamiento de prospectos (bien calificados) o tasa de prospección y mejorando el cierre de esos prospectos o tasa de cierre se generan altas mejoras en la venta.

Actividad: Juego de roles

Relator



Jaime Numhauser

Es MBA de la Universidad de Chile. Diplomado en Productividad y Calidad en la Empresa, U. Católica de Chile. Magister en Ciencia Política, U. de Chile. Analista de Sistemas Calificado en Ciisa. Administrador Público, U. de Chile. Post títulos, cursos y seminarios de perfeccionamiento: Certificado Arquitecto Empresarial, Open Group en Foundations y Advanced Framework TOGAF 9.1; Programa COPC (Customer Operating Performance Centers), México. Ha sido docente, instructor y conferencista en Chile y México en los temas de su especialidad. Jaime posee más de 30 años de experiencia en el modelado de datos y procesos en Chile y México. Posee experiencia en la industria del retail, previsional, bancaria, minera, agroindustria, salud, comunicaciones e Instituciones Públicas. Ha modelado en Chile soluciones para Clínica Las Condes, Dimacofi, Holding Lucchetti, Rioblanco y otras entidades. En México ha desarrollado proyectos en Cablemás (IZZI), Gameplanet, Gobierno de México, entre otras.

Información e inscripciones

Fecha de inicio	Lunes 18 de abril de 2022
Fecha de término	Miércoles 4 de mayo de 2022
Días	Lunes y miércoles
Horario	8:50 a 11:30 hrs.
Duración	16 horas (6 sesiones de 2,40 horas cada una)
Modalidad	Online
Valor general	\$281.000
Valor Socios de ICARE	\$208.000
Descuentos	15% de descuento por 5 o más inscripciones

INSCRÍBASE AQUÍ

INSCRIPCIONES:

Capacitación ICARE Ltda.

RUT: 76.619.580-6

Teléfonos: 22280 5311 – 22280 5329

Email: seminarios@icare.cl