

FORMACIÓN E-LEARNING

Curso Online de Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas: El cronómetro del vendedor de alto rendimiento

→ Para conocer y practicar nuevos conceptos de venta y negociación que aumenten su eficacia y le permitan obtener los máximos rendimientos.




Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA



Presentación

La venta es la única función empresarial que genera ingresos... Esta afirmación es una verdad simple y evidente, pero también fundamental porque justifica la extraordinaria importancia del trabajo del vendedor.

El profesional de la venta debe gestionar el tiempo que dedica a cada cliente en función de su importancia. Sabe que cuantos más clientes visite más posibilidades de obtener pedidos tendrá, pero también sabe que la atención y el servicio al cliente son factores determinantes para la fidelización.

Para el vendedor el tiempo es oro y la probabilidad de convertir en ventas el tiempo que pasa con el cliente depende de su grado de competencia. Para entrenar y mejorar esta competencia, respetando al máximo el tiempo del vendedor, se ha diseñado este curso que ofrece múltiples técnicas y habilidades encuadradas en el contexto de una estrategia empresarial y de marketing basada en la creación de relaciones duraderas y rentables.

El objetivo es diseñar de forma eficaz, útil y rápida una lista de comprobación de los principales aspectos en los que un vendedor de alto rendimiento debe entrenarse para aplicarlos en la relación con sus clientes en términos de confianza, compromiso y rentabilidad. Queremos respetar al máximo el tiempo del vendedor. Por eso este curso es un cronómetro.

La Educación On-line

Tras 15 años de experiencia formando a directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales presenta sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

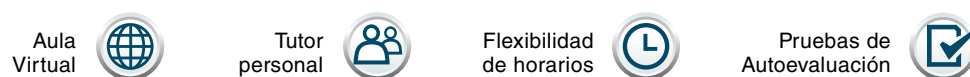
- ➔ La posibilidad de escoger el momento y lugar más adecuado.
- ➔ Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- ➔ Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.
- ➔ Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma *e-learning* de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de 80 horas y el material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Corresponde a todas las materias que se imparten a lo largo de los 12 módulos de formación práctica de que consta el curso Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas.

Material Complementario

Incluye ejemplos, casos reales, tablas de soporte, etc. sobre la materia con el objetivo de ejemplificar y ofrecer recursos para la resolución de las problemáticas específicas de la gestión comercial.

Ejercicios de Seguimiento

Corresponden a ejercicios donde se plantean y solucionan determinados casos referentes a las técnicas, habilidades y estrategias de ventas.

Pruebas de Autoevaluación

Para la comprobación práctica de los conocimientos que Ud. va adquiriendo.

Curso Bonificable



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Qué técnicas son vitales para cerrar una venta.
- Qué habilidades pueden mejorar su potencial vendedor.
- Cuáles son los aspectos clave del proceso de ventas.
- Cómo abandonar los comportamientos ineficaces de la venta.
- Cuáles son sus puntos fuertes y áreas de mejora en la venta.
- Cómo mejorar su comunicación interpersonal.
- Cómo aplicar la PNL (Programación Neurolingüística) al proceso de venta.
- Cómo actualizar los estilos de venta, evitando las costumbres rutinarias y aumentando así las posibilidades de éxito.
- Cómo argumentar los beneficios de una oferta para animar al cliente a efectuar la compra.
- Cómo identificar nuestra posición de venta con respecto a la competencia.
- Cuáles son las claves de una escucha activa.
- Tipos de objeciones y cómo argumentarlas.
- Qué aspectos generan valor delante del cliente.
- Cómo gestionar el precio en el proceso de negociación.
- Qué elementos son vitales en el proceso de negociación bajo la óptica del vendedor pero también del comprador.
- Cómo relacionarse con un cliente cada vez más preparado y exigente.
- Cuáles son las principales variables para conocer mejor al cliente.
- Cómo adquirir una visión global del proceso de ventas: saber detectar necesidades y razones de compra del cliente, saber informar, convencer, argumentar correctamente, tratar adecuadamente las objeciones del cliente y cerrar la venta en el momento preciso.

Disponga de los conocimientos y herramientas más precisas para desarrollar competencias comerciales que le permitan ser más eficiente y poder dar respuesta comercial a los problemas que plantea la situación económica actual.

Dirigido a:

Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Delegados de Zona, Jefes de Equipo y, en general, a cualquier profesional de la venta que quiera conocer o afianzar sus conocimientos sobre las diferentes herramientas que las modernas técnicas de venta y negociación le ofrecen a fin de aumentar sus beneficios.

Contenido del curso

→ MÓDULO 1. El cronómetro del vendedor

2 horas

El profesional de la venta debe gestionar el tiempo que dedica a cada cliente en función de su importancia. Para el vendedor el tiempo es oro, y la probabilidad de convertir en ventas el tiempo que pasa con el cliente depende de su grado de competencia. Para entrenar y mejorar esta competencia, respetando al máximo el tiempo del vendedor se ha diseñado este curso.

1.1. Lo primero: somos vendedores y el tiempo apremia

- 1.1.1. El vendedor, activo clave de la empresa.
- 1.1.2. La gestión del tiempo del vendedor.

1.2. Bases del modelo: técnicas, habilidades y estrategia

- 1.2.1. Tu participación es la clave del cronómetro.
- 1.2.2. Entrena la comunicación eficaz.
- 1.2.3. Entrena tus habilidades directivas y negociadoras.
- 1.2.4. Entrena los procesos de la venta.
- 1.2.5. Entrena otros aspectos comerciales clave.
- 1.2.6. El cronómetro del vendedor de alto rendimiento empieza a funcionar.

→ MÓDULO 2. La venta emocional. La inteligencia emocional en la función comercial

10 horas

A través de este módulo conoceremos los conceptos y prácticas de la Inteligencia Emocional y de cómo adquirir competencias emocionales útiles para la venta.

2.1. Bases de la Inteligencia Emocional:

- 2.1.1. Fundamentos de la Inteligencia Emocional.
- 2.1.2. Una persona, dos mentes.
- 2.1.3. El dominio de las emociones.

2.2. Coeficiente emocional como factor crítico del éxito en la venta:

- 2.2.1. El plan general emocional.
- 2.2.2. Las competencias emocionales.

2.3. Gestión de las emociones y de la interacción con el cliente:

- 2.3.1. Las cinco áreas clave del vendedor consciente.

Contenido del curso

2.3.2. La orientación al cliente emocional.

2.4. El vendedor emocionalmente competente, una cuestión de hábitos:

2.4.1. Hábitos para un coeficiente emocional excelente.

2.4.2. No decir a los demás cómo se sienten.

2.4.3. Responsabilizarse de los propios sentimientos.

→ MÓDULO 3. La neurona vendedora. Las técnicas de la PNL aplicadas a la venta

12 horas

A través de este módulo conoceremos los conceptos y prácticas de la Programación Neurolingüística (PNL) y cómo desarrollarla para lograr una comunicación comercial más eficaz.

3.1. Lo primero: ¿qué es la Programación Neurolingüística (PNL)?

3.1.1. La PNL definida con precisión.

3.1.2. Hipótesis de trabajo de la PNL.

3.2. Los sistemas de representación:

3.2.1. El mapa no es el territorio.

3.2.2. La percepción sensorial como herramienta de trabajo.

3.2.3. Personas visuales.

3.2.4. Personas auditivas.

3.2.5. Personas kinestésicas.

3.3. La PNL y el proceso de venta:

3.3.1. La importancia de hacer soñar.

3.3.2. La importancia de observar.

3.3.3. Vendiendo con PNL: las reglas.

3.3.4. El diseño del proceso de venta y la importancia de la relación.

3.3.5. Del sistema de representación a la venta.

3.4. Crear acción mediante la palabra:

3.4.1. Antes que las palabras, la sintonía.

3.4.2. Obstáculos en el lenguaje.

3.4.3. Herramientas de la PNL. Más allá de las palabras.

Contenido del curso

→ MÓDULO 4. Habilidades directivas, vendedores efectivos

6 horas

Podemos considerar la actividad de ventas al mismo nivel que la labor que desarrolla un directivo o un emprendedor. Una de las más típicas características que definen el mundo de las ventas es la rotación de sus profesionales, el vendedor quiere asumir nuevos retos, cambiar, por eso en este módulo se describe al vendedor como líder y emprendedor.

4.1. El vendedor como líder y emprendedor:

4.1.1. Las peculiaridades del trabajo del vendedor.

4.2. Los siete hábitos de Covey y el vendedor efectivo:

4.2.1. Ser proactivo.

4.2.2. Empezar con un fin en la mente.

4.2.3. Primero lo primero.

4.2.4. Pensar en ganar/ganar.

4.2.5. Primero comprender y luego ser comprendido.

4.2.6. Buscar sinergias.

4.2.7. Afilar la sierra.

→ MÓDULO 5. La negociación: clave para vender... y para comprar

10 horas

Este módulo profundiza en la negociación, una forma compleja de interacción humana y que nos permite poner a prueba todas nuestras habilidades personales, interpersonales y de venta. El objetivo es mostrar la utilidad de estos conceptos para el vendedor, empezando por conocer las ideas fundamentales de la negociación, la importancia de tener presente el punto de vista del comprador y todas las características que conforman el proceso de negociación comercial.

5.1. El papel del comprador y del vendedor en la empresa:

5.1.1. El homo negociador.

5.1.2. La negociación, un concepto múltiple.

5.1.3. Algunas tácticas de negociación.

5.2. Preparar la transacción: el punto de vista del comprador

5.2.1. Algunas claves del comprador.

5.2.2. El centro de compra.

5.3. Preparar la transacción: el punto de vista del vendedor

5.3.1. Algunos consejos operativos.

Contenido del curso

5.3.2. Negociación colaborativa y competitiva.

5.4. El proceso negociador y la negociación comercial:

5.4.1. Fase de preparación.

5.4.2. Fase de ejecución.

5.4.3. Fase de post-acuerdo.

→ MÓDULO 6. Herramientas para la entrevista de venta

7 horas

El objetivo de este módulo es identificar, valorar e interiorizar los factores clave de éxito en una entrevista de ventas siguiendo el modelo DAPA.

6.1. El buen vendedor:

6.1.1. Tipologías de vendedores.

6.1.2. Características del buen vendedor.

6.2. La fase previa a la entrevista:

6.2.1. La preparación de la venta.

6.2.2. La toma de contacto inicial.

6.3. La entrevista de ventas según el modelo DAPA:

6.3.1. Definir las necesidades.

6.3.2. Aceptar la situación.

6.3.3. Presentar la propuesta.

6.3.4. Aceptar la propuesta.

→ MÓDULO 7. La venta como proceso

10 horas

Este módulo propone dar un esquema global del proceso de la venta apostando por una alternativa que dará valor a los participantes al curso. Es un esquema de trabajo poco conocido en España basado en el modelo recogido en un importante libro francés de ventas, *Le gran libre de la vente*, que pasa por las fases de prospectar, conducción de la entrevista, convencer, cerrar la venta y negociar, fidelizar a los clientes y desarrollar la salud mental.

7.1. Una introducción necesaria: el proceso de venta en el cronómetro del vendedor.

7.2. La prospección:

7.2.1. La importancia de captar clientes.

Contenido del curso

7.2.2. El contacto y la cualificación de los prospectos.

7.3. La conducción de la entrevista.

7.4. Convencer:

7.4.1. Comprender la situación y las necesidades.

7.4.2. Argumentar eficazmente.

7.4.3. Tratar las objeciones adecuadamente.

7.4.4. Vender el precio con serenidad.

7.5. Cerrar la venta y negociar:

7.5.1. Cierre sin negociación.

7.5.2. Cierre con negociación.

7.6. Fidelizar al cliente:

7.6.1. Gestionar el bono de buena voluntad del cliente.

7.6.2. Profundizar en la estrategia de aliado.

7.7. Entrenar la mente:

7.7.1. Aislarse de las ondas negativas.

7.7.2. Entrenar la espiral positiva.

→ MÓDULO 8. Las nuevas dimensiones de la formación en ventas

5 horas

Un vendedor necesita estar siempre preparado, y eso exige desconectar de la actividad diaria para descansar, cargar pilas y formarse y entrenarse en ventas. Este módulo valora la importancia de la formación y la mejora continua en la actividad de ventas y a través de él se conocerán y utilizarán esquemas de formación y nuevas herramientas tecnológicas que ayudan a la venta.

8.1. Afilar la sierra: la importancia de la formación y la mejora continua:

8.1.1. El departamento de ventas y la formación.

8.1.2. La mejora continua: del bebé que vende al vendedor que bebe ... formación.

8.2. El “zen” del vendedor: coaching, empowerment y mentoring.

8.3. El impacto tecnológico:

8.3.1. El tic vendedor.

8.3.2. Las competencias digitales de un vendedor.

8.4. El vendedor en red: redes sociales para la venta

8.4.1. La web 2.0.

8.4.2. La red social LinkedIn.

Contenido del curso

→ MÓDULO 9. El precio en la venta

5 horas

El precio juega un papel fundamental en cualquier empresa pues impacta de lleno en los ingresos y beneficios. En este módulo veremos las posibilidades que el precio ofrece para encontrar nuevas oportunidades de venta, así como detectar y saber reconducir las objeciones sobre el precio que plantee el cliente.

9.1. Precio, ingresos y beneficio:

- 9.1.1. La política ideal de precios: en busca de los beneficios ocultos.
- 9.1.2. Ford descubre sus beneficios ocultos.
- 9.1.3. La cultura del beneficio.

9.2. Las objeciones y el precio:

- 9.2.1. Informar sobre el precio.
- 9.2.2. Tipos de clientes ante el precio.

9.3. La venta por valor:

- 9.3.1. Reforzar el impacto de la oferta frente a interlocutores financieros.
- 9.3.2. Comprender el concepto financiero de valor.

→ MÓDULO 10. Innovación y creatividad

5 horas

La innovación vende, así que como vendedores tenemos que prestarle atención y, mejor aún, tenemos que innovar en nuestra actividad de ventas. Este módulo incide en cómo desarrollar elementos de innovación y creatividad en el trabajo diario del vendedor.

10.1. La innovación en la empresa y en las ventas:

- 10.1.1. Todos innovamos.
- 10.1.2. Bebiendo de las fuentes de la innovación.

10.2. Técnicas de creatividad:

- 10.2.1. El pensamiento creativo.
- 10.2.2. El pensamiento lateral.
- 10.2.3. La tormenta de ideas o brainstorming.
- 10.2.4. La técnica Scamper.
- 10.2.5. El arte de las preguntas.
- 10.2.6. Los mapas mentales.

Contenido del curso

→ MÓDULO 11. El reto de conocer al cliente

5 horas

El cliente es el motor de las ventas de cualquier empresa. El objetivo de este módulo es detectar las implicaciones que tiene en la actividad de ventas un mejor conocimiento del consumidor tanto en lo que hace referencia a sus necesidades como a sus motivaciones.

11.1. El cliente, la clave de las ventas:

- 11.1.1. El posible cliente solo es si ...
- 11.1.2. Comprender el proceso de compra del cliente.

11.2. Detectar y analizar las necesidades del cliente:

- 11.2.1. Requerimiento, retroacción y necesidad.

11.3. Aprovechar las motivaciones del cliente:

- 11.3.1. El proceso motivacional.
- 11.3.2. Tipos de motivaciones y sus determinantes.

11.4. El cliente empresarial:

- 11.4.1. La venta solución.

→ MÓDULO 12. Ventas y estrategia empresarial

3 horas

Con independencia de su ubicación en el organigrama de la empresa, es evidente que la organización y gestión de las ventas deviene en un elemento clave para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

12.1. El vendedor y la estrategia empresarial:

- 12.1.1. La función de ventas y los nuevos modelos de gestión.
- 12.1.2. La dirección estratégica de la empresa.
- 12.1.3. Dirección estratégica del equipo de ventas.

12.2. Hacia la venta relacional: cultivando relaciones duraderas y rentables

- 12.2.1. Marketing Relacional: la estrategia de partida.
- 12.2.2. Venta Relacional: nuestro objetivo.



Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:

→ Francisco Benjamin Cobo

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Diplomado Universitario Tecnológico en Marketing por el IUT Universidad de Nice-Sophia Antipolis (Francia), especialidad en Técnicas de Comercialización. Máster Executive en Marketing Relacional, CRM y Comercio Electrónico en ESIC-ICEMD. En la actualidad es profesor de la Universidad CEU San Pablo, actividad que combina con la consultoría y la formación en marketing y ventas.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Técnicas, Habilidades y Estrategias de Ventas**. Para ello, deberá haber cumplimentado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

