

Técnicas de venta para el sector comercio

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Comprender los conceptos básicos sobre el proceso
- Desarrollar habilidades para abordar situaciones complicadas dentro del sector
- Aprender acerca de herramientas innovadoras para ofrecer soluciones al cliente
- Estudiar como fomentar nuevas oportunidades de negocio
- Utilizar herramientas tecnológicas avanzadas para gestionar campañas

CONTENIDOS

UNIDAD 1.- PROACTIVIDAD COMERCIAL

- La importancia de ser proactivo
- El esfuerzo continuado
- La orientación al cliente
- La imagen que transmitimos al cliente
- Planificación y optimización de recursos
- 10 puntos para ser proactivo

UNIDAD 2.- ATENCION Y GESTION TELEFONICA

- La imagen a través del teléfono
- Elementos que intervienen en la comunicación telefónica
- La entonación
 - La articulación
- El lenguaje
- La escucha activa
- Actitudes al Teléfono
- Reglas básicas de recepción de llamadas
- Planificación
- Acogida
- Descubrir necesidades
- Despedida
- Llamadas de petición de información
- Como reaccionar cuando un cliente grita por teléfono
 - ¿Cuándo surge la reclamación?

- La actitud frente a una reclamación
- ¿Qué hacer para tratar al cliente enfadado?

UNIDAD 3.- EL PROCESO COMERCIAL

- La entrevista comercial y la comunicación
- Preparación de la entrevista comercial
- El proceso de ventas
- La comunicación no verbal
- La mirada
- Los gestos y posturas
- La voz
- El saludo y la presentación
- Recomendaciones para la presentación
- La detección de necesidades
- Las preguntas
- La escucha activa
- La empatía
- Sintonía emocional
- Habilidades como emisores
- Habilidades como receptores
- Defectos y barreras

UNIDAD 4.- CONVERTIR OPORTUNIDADES EN NECESIDADES

- El proceso comercial y la detección de oportunidades
- Atención de las necesidades del cliente
- Incrementar el valor de los clientes actuales
- La venta cruzada
- Beneficios de la venta cruzada
- Como enfocar la venta cruzada

UNIDAD 5.- ARGUMENTACIÓN COMERCIAL

- La argumentación comercial
- Proceso de creación de Argumentos Comerciales
- Las características del producto o servicio
- Las ventajas comerciales del producto o servicio
- Los beneficios del producto o servicio
- Secuencia de la argumentación: Apertura
- Secuencia de la Argumentación: Desarrollo
- Secuencia de la Argumentación: Demostración

- Secuencia de la Argumentación: Presentación de Beneficios
- Recomendaciones para la argumentación comercial

UNIDAD 6.- TRATAMIENTO DE OBJECIONES

- ¿Que debemos hacer cuando un cliente nos plantea una objeción?
- Pautas de conducta
- Tipos de objeciones
- Técnicas para rebatir objeciones
- Reglas de Oro en el Tratamiento de Objeciones

UNIDAD 7.- EL CIERRE DE VENTA

- El cierre de venta
- Fases en el proceso de cierre de la venta
- Señales de compra
- Requerimientos
- Técnicas de cierre
- Recordatorio
- Después del cierre

UNIDAD 8.- FIDELIZACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL CLIENTE

- Concepto de fidelización de clientes
- Gestión de clientes
- Vinculación de clientes
- Ventajas de la fidelización
- Factores de fidelización
- El valor percibido de las ofertas
- Las barreras de salida
- La calidad de la atención
- Confianza y capacidad de construir relaciones a largo plazo
- La imagen y el precio
- Sistemas de CRM