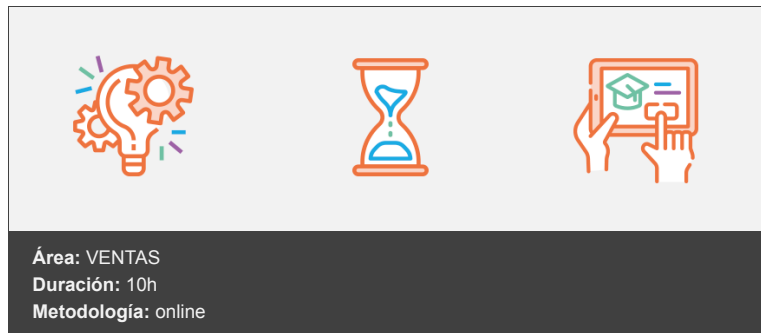


criteria

Argumentación y objeciones en el proceso de venta



Objetivos

- Saber cómo utilizar las técnicas de comunicación personal, telefónica y escrita para tratar las situaciones difíciles con la mayor eficacia.
- Conocer las técnicas más eficientes de persuasión y negociación para convertir a los clientes insatisfechos en clientes fieles.
- Saber utilizar herramientas para transmitir una imagen de empresa interesada en la atención y servicio al cliente.

Contenidos y estructura del curso

1 - Argumentar es vender

- Argumentar es vender
- Introducción
- Definiciones
- ¿Qué es argumentar?
- ¿Qué es un argumento?
- ¿Cómo presentar los argumentos?
- ¿Qué argumentos utilizar?
- Algunos ejemplos de argumentos racionales
- Algunos ejemplos de argumentos afectivos
- El control de los argumentos
- El arte de escuchar
- El silencio: un instrumento eficaz
- La escucha activa
- Algunos consejos para escuchar mejor
- Consejos
- Ejercicios
- Ejercicio 1: Argumentación
- Ejercicio 2
- Ejercicio 3

2 - Objeciones y excusas

- Objeciones y excusas
- La objeción
- Las excusas
- Diferencia entre objeción y excusa
- Razones que motivan las objeciones
- ¿Dónde aparecen las objeciones?
- La actitud frente a las objeciones
- Tácticas para combatir las objeciones
- Objeciones que se deben aceptar
- A. En la venta a profesionales

- B. En la venta a consumidores
- La objeción más difícil: el precio
- Ejercicios
- Ejercicio 1: Las objeciones

3 - Actitud ante las críticas y reclamaciones

- Actitud ante las críticas y reclamaciones
- Introducción
- Consejos de actuación
- Procedimiento para detener a un cliente enojado
- Lo que nunca debemos hacer
- Frases más adecuadas para canalizar una reclamación
- El cliente agresivo
- Consejos
- Ejercicios
- Ejercicio 1: Actitud ante las críticas y reclamaciones

4 - La atención telefónica

- La atención telefónica
- Introducción
- Las limitaciones del teléfono
- Estilos telefónicos
- La voz y el tono
- El volumen
- La velocidad
- El silencio
- Conclusiones
- El estilo de la casa
- ¿Por qué tener un estilo de la casa?
- Una buena práctica telefónica
- Pautas para responder una llamada
- El control de la llamada
- El planteamiento de preguntas
- La escucha telefónica
- Las llamadas al exterior
- Quejas y reclamaciones
- Directrices prácticas
- El enfoque correcto
- Tipos de clientes: identificación y tratamiento
- El cierre en la venta telefónica
- Ejercicios
- Ejercicio: Situaciones

Metodología

En Critería creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Critería, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

