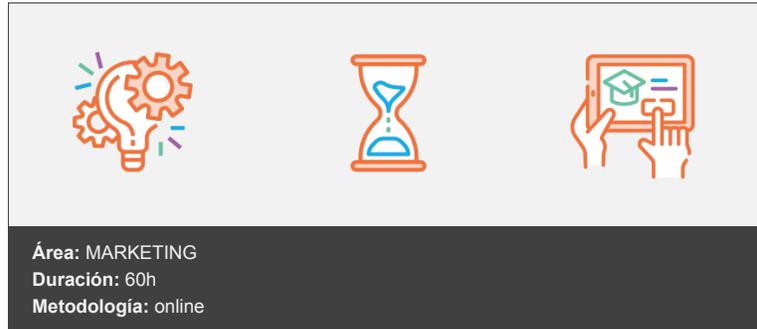


## Habilidades comerciales (COMT051PO)



### Objetivos

Adquirir conocimientos para el desarrollo de habilidades comerciales y conocer, analizar y acercarse a los hábitos de los clientes y el proceso y las técnicas de venta para garantizar su cierre.

### Contenidos y estructura del curso

Proactividad comercial

Introducción

La importancia de ser proactivo

Entendiendo la proactividad

Ventajas proactivas en el comercio

Desarrollando una mentalidad proactiva

El esfuerzo continuado

Cómo el esfuerzo continuado conduce al éxito

Estrategias para mantener el esfuerzo continuado

La orientación al cliente

Entendiendo las necesidades del cliente

La importancia de la empatía y la escucha activa

Proactividad en la experiencia del cliente

Cómo la proactividad ayuda a la fidelización de clientes

La imagen que transmitimos al cliente

La proactividad como herramienta para gestionar la imagen corporativa

Planificación y optimización de recursos

Reglas para ser proactivo

Resumen

La atención y gestión telefónica de clientes (I)

Introducción

La orientación al cliente

Estrategias avanzadas para la excelencia en la atención telefónica al cliente

Proceso de asesoramiento comercial a clientes

Definición del asesoramiento comercial

Preparación para el asesoramiento

Fases del proceso de asesoramiento

Herramientas y recursos

Seguimiento post-asesoramiento

Desarrollo de habilidades para el asesor

Atención de las necesidades del cliente

Técnicas de escucha activa

Preguntas efectivas para el descubrimiento de necesidades

Personalización de las soluciones

Gestión de expectativas

Incrementar el valor de los clientes actuales

Resumen

La atención y gestión telefónica de clientes (II)

Introducción

Elementos que intervienen en la comunicación

La expresión verbal

La importancia de la expresión verbal

Características de una expresión verbal efectiva

Estrategias para mejorar la expresión verbal

El lenguaje positivo y negativo

La importancia del lenguaje positivo en la atención telefónica

Estrategias para implementar el lenguaje positivo

La entonación

Estrategias para mejorar la entonación

La articulación

Estrategias para mejorar la articulación

La escucha activa

Estrategias para implementar la escucha activa

Resumen

La atención y gestión telefónica de clientes (III)

Introducción

Descubrir necesidades

La importancia de descubrir necesidades

Técnicas para identificar necesidades

Escucha activa en llamadas telefónicas: captando señales verbales y paraverbales

Aplicación de la escucha activa

Interpretación de respuestas

Confirmación y clarificación

Aplicación práctica

Estrategias para adaptar el enfoque

Retroalimentación y ajuste

Llamadas de petición de información

La llamada: oportunidades y desafíos

Preparación de la llamada

Procesos de la llamada

Manejo de consultas específicas

Cierre de la llamada

Seguimiento

Tratamiento de reclamaciones

Estrategias claves para el tratamiento de reclamaciones

Típos de respuestas ante reclamaciones

Resumen

La entrevista comercial (I)

Introducción

Preparación de la entrevista comercial

Investigación preliminar: Preparación de la entrevista comercial

Definición de objetivos para la entrevista comercial

Desarrollo de preguntas

Planificación de la logística para la entrevista comercial

Ensayos y Role-Playing

Estrategias de seguimiento

La entrevista comercial y la comunicación

Estructura básica

Elementos clave de la comunicación efectiva en la entrevista comercial

Estructura de la comunicación

Resumen

La entrevista comercial (II)

Introducción

La comunicación no verbal

Interpretación de la comunicación no verbal del cliente

Conclusiones y aplicaciones prácticas

La mirada, los gestos y posturas, la voz

La mirada

Técnicas y consejos

Los gestos y las posturas corporales

Técnicas y consejos

Relación de gestos y posturas corporales y su significado

La voz

La comunicación verbal

El saludo y la presentación

El saludo

La presentación

La detección de necesidades

Las preguntas

Estrategias para formular preguntas efectivas

Cómo mejorar tu habilidad de preguntar

Resumen

La entrevista comercial (III)

Introducción

La escucha activa y la empatía

Componentes de la escucha activa

Profundizando en la empatía

Empatía cognitiva vs. empatía emocional

Aplicaciones prácticas en la resolución de conflictos y negociaciones

Técnicas avanzadas de escucha activa y empatía

Integración en la estrategia comercial

La capacidad de sintonizar emocionalmente con la otra persona

Componentes clave de la sintonización emocional

Inteligencia emocional: la clave para una sintonización efectiva

Beneficios de sintonizar emocionalmente

Las habilidades comerciales como emisores y como receptores de la comunicación

Habilidades esenciales como emisores

Habilidades esenciales como receptores

Defectos y barreras para una buena comunicación

Barreras físicas en la comunicación

Barreras psicológicas

Barreras de percepción

Barreras lingüísticas y culturales

Barreras organizacionales

Resumen

Convertir oportunidades en necesidades (I)

Introducción

El proceso comercial y la detección de oportunidades

Otra mirada del proceso comercial y de las oportunidades

Entendiendo el proceso comercial

Detección de oportunidades: Métodos y herramientas

Estrategias proactivas para la detección de oportunidades

Proceso de asesoramiento comercial a clientes

Entendiendo al cliente

Desarrollo del plan de asesoramiento

Ejecución, seguimiento y mejora del asesoramiento comercial

Atención de las necesidades del cliente

Comprensión profunda de las necesidades

Optimización de la experiencia del cliente: Personalización, comunicación, y retroalimentación

Mejora continua y ajuste de estrategias

Incrementar el valor de los clientes actuales

Maximización de la participación del cliente

Experiencias únicas e inolvidables

Integración de Feedback en el ciclo de producto

Fomento de la comunidad y de la lealtad

Resumen

Convertir oportunidades en necesidades (II)

Introducción

La venta cruzada

Diferencias entre venta cruzada y venta adicional (upselling)

Importancia de la venta cruzada

Factores claves para el éxito en la venta cruzada

Beneficios de la venta cruzada  
Beneficios para la empresa  
Beneficios para el cliente  
Integración de estrategias en los beneficios  
Cómo enfocar la venta cruzada  
Selección de productos/servicios complementarios  
Timing Adecuado  
Cómo identificar el mejor momento para presentar ofertas de venta cruzada  
Capacidad del equipo  
Desarrollo de habilidades para el equipo en venta cruzada  
Implementación de la Capacitación  
Seguimiento y Evaluación  
Generación de confianza  
Resumen

#### La argumentación comercial (I)

Introducción  
Las características del producto o servicio  
Las características en la percepción y decisión del cliente  
Cómo identificar las características clave del producto  
Diferencia entre características y beneficios  
La importancia de comunicar las características efectivamente  
Las ventajas comerciales del producto o servicio  
Identificación de ventajas comerciales  
Comunicación de ventajas comerciales  
Estrategias para mantener ventajas comerciales  
Los beneficios del producto o servicio  
Identificación de beneficios clave  
La articulación de beneficios  
Medición del impacto de los beneficios  
Resumen

#### La argumentación comercial (II)

Introducción  
Secuencia de argumentación comercial: apertura  
Elementos de una apertura efectiva  
Establecimiento de un marco positivo para la conversación  
Errores comunes en la fase de apertura y cómo evitarlos  
Secuencia de argumentación comercial: desarrollo  
Presentación detallada de la solución  
Demostración de beneficios y ventajas  
Anticipación y respuesta a objeciones  
Secuencia de argumentación comercial: demostración  
Secuencia de argumentación comercial: presentación de beneficios  
La argumentación: esquema a seguir  
Algunas recomendaciones prácticas para la argumentación comercial  
Resumen

#### Tratamiento de objeciones

Introducción  
Tratamiento de objeciones  
¿Por qué surgen las objeciones?  
Qué debemos hacer cuando el cliente nos plantea una objeción  
Escuchar atentamente las preocupaciones del cliente  
Clarificar la objeción<BR

Responder con información relevante  
Tipos de objeciones y formas de afrontarlas  
Objeciones relacionadas con el precio  
Objeciones relacionadas con la competencia  
Objeciones relacionadas con la necesidad o el interés  
Objeciones relacionadas con la calidad o el rendimiento  
Objeciones relacionadas con la indecisión o la postergación  
Técnicas para rebatir objeciones  
Identificación y comprensión de la objeción  
Refutación de objeciones con argumentos sólidos  
Reglas de oro en el tratamiento de objeciones  
Actitud positiva y profesionalismo

Anticipación y prevención  
Flexibilidad y adaptabilidad  
Agradecimiento y validación  
Resolución de problemas  
Resumen

El cierre de ventas  
Introducción  
El cierre de la venta  
Historia del cierre de ventas  
Fases en el proceso de cierre de la venta  
Importancia de seguir un proceso estructurado durante el cierre de la venta  
Las señales de compra  
Expresiones de interés directo  
Indicadores de urgencia  
Compromiso con el proceso de venta  
Algunos tipos de señales de interés  
Señales verbales  
Señales no verbales  
Señales de compromiso  
Señales de urgencia  
Señales de satisfacción  
Requisitos para el cierre de venta  
Técnicas de cierre  
Resumen

Fidelización y seguimiento del cliente  
Introducción  
Concepto de fidelización de clientes  
Gestión de clientes  
Estrategias para una gestión de clientes efectiva  
Herramientas y tecnologías en la gestión de clientes  
Medición del éxito en la gestión de clientes  
Desafíos y mejores prácticas en la gestión de clientes  
Vinculación de clientes  
Estrategias para la vinculación efectiva de clientes  
Tecnología y herramientas para la vinculación de clientes  
Ventajas de la fidelización  
Factores de fidelización  
Resumen

Atención eficaz al cliente (I)  
Introducción  
La orientación al cliente  
La importancia de una cultura organizacional centrada en el cliente  
La comunicación con el cliente  
Principios básicos de la comunicación con el cliente  
Manejo de comunicaciones difíciles  
La importancia de la retroalimentación y el cierre  
Escuchar al cliente  
La importancia de la imagen  
¿Qué ven nuestros compradores?  
Evitar una imagen negativa  
Comprensión de las causas de una imagen negativa  
Monitoreo activo de la marca  
Gestión proactiva de la reputación: Respuestas, feedback y transparencia  
Estrategias de recuperación de la imagen  
Resumen

Atención eficaz al cliente (II)  
Introducción  
La expresión verbal  
El impacto de la expresión verbal en la experiencia del cliente  
Componentes de la expresión verbal  
Técnicas para mejorar la expresión verbal  
La calidad de la voz  
Factores que afectan a la calidad de la voz  
Técnicas para mejorar la calidad de la voz

Impacto de la calidad de la voz en la atención al cliente

Comunicación no verbal

La oficina o establecimiento y el puesto de trabajo

Resumen

Atención eficaz al cliente (III)

Introducción

Cómo tratar a nuestros clientes según su actitud

Aplicación de habilidades para manejar diversas actitudes de clientes

El cliente que asiente o permanece en silencio

El cliente impulsivo y el cliente indeciso

El cliente que se da importancia y lo sabe todo

El cliente riguroso y minucioso

El cliente rudo y polémico

El cliente hablador

El cliente desconfiado y escéptico

Tratamiento de quejas y reclamaciones

Métodos generales para manejar y resolver quejas de manera efectiva

Aplicación de métodos por tipo de cliente

Recomendaciones finales

Resumen

La comunicación y el lenguaje no verbal para el éxito de la venta (I)

Introducción

El proceso de la venta y la comunicación

Importancia de integrar habilidades de comunicación efectiva en las ventas

Etapas del proceso de venta

Preparación y acercamiento

Presentación del producto o servicio

Manejo de objeciones

Cierre de venta y seguimiento posventa

Estructura de la comunicación

Preparación de la venta

La venta

La comunicación no verbal

La mirada

Los gestos y posturas

La voz

Comunicación verbal: la primera impresión

Resumen

La comunicación y el lenguaje no verbal para el éxito de la venta (II)

Introducción

Recomendaciones para la presentación

Cómo enriquecer nuestras presentaciones

La detección de necesidades

Las preguntas

La escucha activa

La empatía

Sintonía emocional

Habilidades como emisores

Emisores más efectivos en ventas

Habilidades como receptores

Barreras en la comunicación

Resumen

Técnicas eficaces para el cierre de ventas (I)

Introducción

El cierre de venta

Estrategias comprensivas para un cierre de ventas efectivo

Fases en el proceso de cierre de la venta

Innovaciones y consideraciones estratégicas en el cierre de ventas

Señales de compra

Decodificando señales de compra avanzadas para un cierre estratégico

Algunos tipos de señales de interés

Profundizando en las señales de interés

Requisitos para el cierre de venta

Gestión de la diversidad cultural en el cierre de ventas  
Resumen

Técnicas eficaces para el cierre de ventas (II)

Introducción

Técnicas de cierre (I)

Dominando el arte del cierre avanzado: Técnicas y tendencias innovadoras

Recordemos que...

Ventas consultivas

Aplicación en cierre avanzado

Negociación efectiva

Escucha activa y empatía

Impacto en la detección de señales de compra

Tecnología en ventas

Integración en estrategias de cierre

Después del cierre

El cierre venta

Técnicas psicológicas de cierre

Negociación avanzada

Personalización de procesos de cierre

Seguimiento de la venta

Resumen

## 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!***

Blog de Critería

