

POR QUÉ ESTE TALLER

Un/a buen/a profesional de las ventas con el tiempo se da cuenta de que su tarea principal no consiste únicamente en ofrecer un producto para que otras personas lo compren. Vender es más que eso, requiere un buen ejercicio de autoconocimiento, de la habilidad de relacionarse, atraer, e influir en otras personas.

Estas competencias refuerzan el camino hacia el éxito de nuestros equipos de venta. En este taller se organiza y conceptualiza el conocimiento clave que sirve como punto de partida para potenciar la capacidad de venta de los/as profesionales dedicados/as a esta actividad.

CONTENIDOS DEL TALLER

Módulo 1. El punto de partida de la venta. La predisposición positiva y la preparación a la venta

- Observándonos a nosotros mismos. El efecto de nuestros hábitos en la venta.
- Habitación y atención selectiva.
- Frenos psicológicos hacia la venta y creencias limitantes:
 - Adivinación del pensamiento: “el cliente no va a querer escucharme porque piensa que este producto/servicio no encaja”
 - Etiquetación: “No se sienten cómodos vendiendo este producto/servicio”.
 - Sobregeneralización: “ todas funcionan igual y tienen la misma reacción con este producto/servicio”.
- Proactividad comercial. Cómo cambiar nuestro esquema mental hacia la venta telefónica y gestionar nuestras emociones negativas.

Módulo 2: Herramientas para conocer al cliente más allá de lo que expresa de manera directa

- Control de errores más frecuentes en la conversación:
 - La inducción de respuesta.
 - “Dar por hecho “.
 - No escuchar y siempre hablar.
 - Siempre escuchar y poco hablar.

- Conocer a nuestro cliente:
 - Uso y tipología de preguntas: abiertas, cerradas, inductivas, reflexivas...
 - Manejo de silencios.
 - Desarrollo de habilidades de escucha y empatía.
 - El valor de la reformulación.

Módulo 3: La argumentación comercial

- Enfoque argumentativo : “lo que cada cliente necesita oír”. Cómo se traduce la venta del producto/servicio en beneficios para el cliente.
- Desarrollo de habilidades de comunicación: la importancia del lenguaje.
- El valor del comercial como asesor de confianza para el cliente (concepto de venta consultiva): cómo proporcionarle argumentación comercial al cliente.
- Características descriptivas del producto o servicio.
- Ventajas generales frente a otros productos o servicios y frente a la competencia.
- Beneficios que aporta el producto o servicio a cada perfil de cliente.
- Adaptación a los diferentes tipos de clientes: inseguro, desconfiado, enfadado, meticuloso, etc.

Módulo 4: La gestión de objeciones y resistencias a la compra del producto

- Cómo gestionar preguntas, objeciones y quejas adecuadamente desde el punto de vista de la relación con el cliente.
- Objeciones más habituales y preparación de respuesta a las mismas.
- Nuestras emociones y conductas en las situaciones más tensas
- El manejo de la curva de hostilidad ante una situación de enfado del cliente.

Módulo 5: El momento del cierre en la venta

- La importancia de la actitud positiva.
- Detección de señales de compra.
- Cuándo y cómo actuar.
- Herramientas y técnicas de cierre.
- La importancia de la fidelización y el seguimiento de los clientes.

Objetivos

- Conocer el papel de las emociones en el proceso de compra/ contratación y de toma de decisiones del cliente.
- Fomentar un pensamiento y actitud proactiva frente a la venta trabajando las creencias limitantes o los frenos hacia la venta.
- Saber detectar necesidades y las motivaciones de los clientes para poder ofrecer el productos de forma adecuada.
- Convencer mediante argumentos a medida para cada cliente específico.
- Trabajar la influencia de determinadas variables en la relación con el cliente y adaptar el trato a la tipología de cliente.
- Abordar las objeciones y resistencias posibles.

Metodología

Aportaciones conceptuales y entrenamiento práctico, ejercicios de autoevaluación, trabajos en grupos, visualización y análisis de vídeos, simulaciones, etc.

Duración

8 horas de trabajo