

CURSO – Programa práctico de técnicas de venta Zaragoza - Sainz de Varanda

Formación Bonificable**FUNDAE**APOYO CAI
A DESEMPLEADOS

Lugar:	Escuela de Negocios. Fundación CAI Avda. Alcalde Sainz de Varanda nº 1-3. 50009 Zaragoza 976 355 000
Duración:	del 6 de noviembre al 11 de diciembre de 2020 (*)
Horario:	de 9 a 15 h. (36 horas lectivas)
Importe:	595 €
Importe desempleados:	179 €
Plazo de inscripción: (Hasta las 15 h.)	3/11/2020

(*) Sesiones

- Noviembre; 6, 13, 20 y 27
- Diciembre: 4 y 11

El curso se puede realizar de forma completa o elegir cada módulo por separado:

- ¿Cómo captar clientes? 6 de noviembre
- Fidelización de clientes y venta relacional. 13 de noviembre
- La entrevista de ventas: Técnicas y habilidades eficaces. 20 y 27 de noviembre.
- Negociación de ventas. A negociar se aprende negociando. 4 de diciembre.
- Técnicas para cerrar ventas. 11 de diciembre.

Presentación

Este curso está orientado a mejorar de manera práctica la actitud y habilidad comercial de cualquier persona que precise mejorar en sus técnicas de venta

Objetivos

El alumno será capaz de:

- Captar clientes de manera proactiva.
- Utilizar las herramientas de captación de clientes más eficaces.
- Escuchar a los clientes, detectar sus necesidades, ir más allá de lo técnico para poder presentar propuestas de valor.
- Saber argumentar y rebatir las objeciones que sobre todo con el precio se producen.
- Poner en valor la ventaja competitiva de cada empresa.
- Saber presentar alternativas en la oferta: pasar de hablar de propuestas técnicas a soluciones técnicas.
- Ensayar técnicas de cierre de venta.
- Probar su capacidad negociadora.
- Establecer un mix de comunicación con los clientes para formar así un vínculo con ellos.

Metodología

- Dinámico mediante la interacción de alumno-ponente.
- Ejercicios y dinámicas grupales.
- Ejercicios de ventas realizados en pareja (no se harán dramatizaciones en clase ni se grabarán en vídeo).
- Visionado de fragmentos de películas: el cine aplicado a la venta.

El profesor tiene un método que se basa en cuatro patas: **Actividad**: todo los conceptos deben ensayarse en el aula o fuera de ella. **Referencia a lo adquirido**: parte del punto de partida de los asistentes para adecuar los contenidos y trabajos a las capacidades de los alumnos y no al revés. **Practicidad**: todo el contenido impartido tiene un desarrollo luego útil en el puesto de trabajo y, por último, **Simplicidad**: el consultor siempre traslada de una manera sencilla los conceptos para adquirir los máximos conocimientos.

Reto online postcurso

Como complemento de la formación se propone un reto online de seguimiento de los contenidos aprendidos en el curso. La metodología se basa en dedicar cinco minutos al día en un microcurso gestionado a través de un Smartphone o Tablet con una duración promedio de 2 semanas (unas 50 o 60 pantallas), que combinan textos, imágenes, vídeos y preguntas. Gracias a esta metodología, el usuario aprende de forma natural, sencilla y sin esfuerzo. Conforme se consulta el contenido o se responde a las preguntas, un sistema de gamificación permite ver la evolución y la clasificación del alumno en el microcurso. Disponible para iOS, Android y Windows Phone.

Profesorado

D. **Miguel Iribertegui Iribuibel**. Entrenador de vendedores. Experto en redes de venta. Consultor y coach en áreas comerciales. Ha sido directivo en varias empresas nacionales e internacionales como director comercial, y de ventas. Ha entrenado y entrena a equipos comerciales de empresas de diferentes tamaños de variados sectores. Ha impartido más de siete mil horas de formación a redes de venta de empresas y en programas universitarios de grado y de postgrado.

Programa

Módulo 1: ¿Cómo captar clientes?

- **Un comercial de tecnología 5G:**
 - El perfil del comercial líder.
 - Construcción de la marca personal del comercial:
 - El vendedor como marca dentro de la empresa.
 - Marca profesional y Redes Sociales.
 - Expansión de la marca profesional del comercial en entornos digitales y analógicos.
- **Generación de “Leads” para atraer clientes:**
 - Herramientas del marketing para atraer clientes y generar leads. Transmisión de los leads al equipo comercial.
 - Proceso de tracción, transformación en lead y conversión en cliente.
 - El vendedor como generador de leads: marketing inbound desde el perfil profesional digital del comercial.
 - Técnicas para cualificar “leads”.
- **Herramientas *low-cost* para el acercamiento y captación de nuevos clientes.**
 - “La visita del paracaidista”. Una puerta no tan fría.
 - Eventos y networking: ¿cómo sacarles el máximo rendimiento?
 - Redes Sociales. LinkedIn como herramienta de captación de clientes.
 - Técnica «Vintage » exitosa de concertación citas: Mailings que cautivan + telemarketing dirigido.

6 de noviembre

Módulo 2: Fidelización de clientes y venta relacional y venta relacional I

- **Gestión de Clientes:**
 - Satisfacer al cliente de forma rentable.
 - Procesos + personas + tecnologías: herramientas para la satisfacción del cliente.
 - CRM: las mejores herramientas: desde las “Free” a las “Premium”.
 - El *Customer Journey*, el *buyer persona* y el *buyer persona comercial*.
 - Matrices de scoring y segmentación de clientes.
 - Mi cartera de clientes: ¿cómo “caracterizarla”?
 - ¿Cómo realizar una comunicación periódica, constante y obligatoria con mis clientes?
 - El mix de comunicación con clientes y, por supuesto, con posibles clientes.
 - La oferta, los contenidos y la omnicanalidad: el retorno de la inversión del CRM.
 - *Taller práctico de acción (tras la reflexión): Un mix de comunicación con mis posibles clientes.*
- **Cómo fidelizar a mis clientes para que sean mis mejores prescriptores:**
 - Diferenciar entre cliente y comprador.
 - Cubrir expectativas de los clientes para luego superarlas.
 - Cross Sales y Up Sales: Optimizar y cruzar ventas con clientes actuales.
 - Gestión de la excelencia en el servicio: el paso de cliente a prescriptor.
- **Taller práctico: Elaboración de un P.A.C.O.: Un Plan de Acción Comercial Operativo.**

13 de noviembre

Módulo 3: La entrevista de ventas: técnicas y habilidades eficaces I

- **La toma de contacto inicial con el cliente:**
 - Análisis previo del interlocutor a través de las redes sociales.
 - Generar confianza sin abrir la boca.
 - 4 Claves para generar confianza profesional desde el primer momento.
- **Taller de soluciones desde las necesidades del cliente:**
 - Trabajar desde el cliente:
 - Un método empático de escucha activa.
 - Preguntas eficaces desde una orientación cliente.
 - El método SPIN de venta consultiva. Las mejores preguntas.
 - *Parte práctica: El taller de preguntas del Doctor Lionel Logue*
- **Taller de la argumentación:**
 - Argumentación en Venta personal face to face: Un modelo de argumentación desde lo que espera el cliente, desde los beneficios.
 - Técnica en reuniones de venta por Video-conferencia:
 - Herramientas de video-conferencia: Skype, Zoom y otras.
 - Venderse a través de la video-conferencia: postura corporal, encuadre, luminosidad, audio.
 - Las Webinar: presentación más video conferencia.
 - **Puesta en valor argumental: Producto + Servicio + Marca + Equipo + Tú.**
 - *Parte práctica: El taller de argumentos de Nick Naylor.*
- **Taller para resolver objeciones del cliente**
 - Taller de resolución de las resistencias de los clientes desde los proyectos de los asistentes al programa:
 - ¿Excusas u objeciones?
 - Las técnicas más eficaces para darle la vuelta a la cuestión crítica del precio.
 - Técnica del “Sí pero” para enfocarnos al cierre de la venta.
 - Parte práctica: *El taller de objeciones de Danny Roma.*

20 y 27 de noviembre.

Módulo 4: Negociación de ventas: a negociar se aprende negociando

Trabajaremos las principales técnicas de negociación de ventas de una manera muy práctica, con el método del caso, con autoevaluación y evaluación de nuestras habilidades comerciales:

- Los siete elementos de la negociación de Harvard.

- Estrategias negociadoras: competitiva o colaborativa.
- Necesidades, objetivos y concesiones en una negociación.
- Táctica de la negociación: el concepto de MAAN.
- El componente emocional de la negociación.
- Comunicación verbal y no verbal claves en una negociación.

4 de diciembre.

Módulo 5: Técnicas para cerrar ventas

- **La teoría del francotirador en el cierre de la venta.** Si la venta se centra en el cliente en vez de en el producto, cerrar no es tan difícil.
- **Las técnicas más eficaces para darle la vuelta a la cuestión crítica del precio.** Una técnica que nos va a permitir que la objeción del precio se vea empujada o incluso –por qué no-, que desaparezca.
- **Hay que seguir a los clientes, no perseguirlos:** Cómo seguir presupuestos con eficacia sin agobiar al cliente.
- **Las señales de compra:** Cómo distinguir una señal de compra de una objeción del cliente y transformarla en acción de cierre. La técnica del cierre de la llave de Nelson.
- **La teoría de la alternativa de elección en el cierre de la venta.** Técnicas de venta en el momento crítico: La decisión de compra: un proceso racional o irracional.
 - **La Alternativa de Elección para productos industriales:** Cómo vender un producto industrial ante los más exigentes directores de compra. ¿Seguro que todas las decisiones son racionales?, ¿o hay algo de irracionalidad?
 - **La Alternativa de Elección para servicios:** Cómo tangibilizar un servicio. Técnicas de etiquetado y “paquetización” de servicios para hacerlos más atractivos y facilita las elecciones en el momento de la decisión de compra.
 - **La Alternativa de Elección para el pequeño comercio:** La teoría de la abundancia: mucha oferta atrae al establecimiento pero, una vez dentro del mismo, repele. ¿Cómo darle la vuelta?
 - **La Alternativa de Elección para las grandes superficies.** ¿Por qué los productos de marca blanca están al lado de los del fabricante?, ¿cuál prefieren vender?, ¿nos manipulan en el punto de venta?
 - **La Alternativa de Elección con Smartphone:** Las nuevas tecnologías ¿nos ayudan a elegir?, ¿nos complican las cosas?, ¿sirven los foros o nos complican las elecciones?
 - **La Alternativa de Elección para todos:** para e-commerce, para autónomos, para profesiones liberales, para organizaciones no gubernamentales, para asociaciones, para fundaciones,... para ti.
- **Y otras técnicas:** el cierre del cachorrito, la llave de Nelson, la oferta amenazante, el cierre “a la gallega”,...

11 de diciembre

Organización

Plazo de inscripción

La recepción de solicitudes finalizará el 3 de noviembre, a las 15,00 horas. Plazas limitadas siguiendo las normas de la Fundación Tripartita. Se enviará confirmación por correo electrónico. Las cancelaciones efectuadas con posterioridad a dicha fecha, estarán sujetas a la retención del 40% de la cuota de inscripción. Las inscripciones podrán hacerse a través del [boletín de inscripción](#) on-line de nuestra web.

Teléfono de información 976 355 000

Cuota de inscripción y forma de pago

Bonificable en un porcentaje de la cuota de inscripción. Si desea acogerse a la bonificación, deberá realizar la inscripción, como mínimo, 7 días hábiles antes de la fecha de inicio.

- Importe para desempleados (previa confirmación de la plaza): 179 euros (incluye documentación).
- Importe para pagos por domiciliación o transferencia (previa confirmación de la plaza): 595 euros (incluye documentación).

En virtud del Decreto 82/2003 de 29 de abril del Gobierno de Aragón, se advierte de que las enseñanzas que se imparten organizadas por la Escuela de Negocios. Fundación CAI, no conducen a la obtención de títulos académicos oficiales.

Fundación Caja de Ahorros de la Inmaculada de Aragón - CIF. G-50000819.

Inscrita en el Registro de Fundaciones de la Comunidad Autónoma de Aragón con el número 350/I

Domicilio Social: Calle San Braulio, 5-7, 50003 - ZARAGOZA.

© 2012-2018 **Fundación Caja Inmaculada**