

Objetivos

Al acabar el curso lo alumnos deben ser capaces de reconocer las fases de la venta, saber estructurar una negociación, buscar siempre opciones favorables y enfocar el cierre de las ventas. Todo ello a través de una serie de explicaciones que permitan la reflexión y el diálogo entre los alumnos.

Se busca lograr el cambio en los paradigmas de su trabajo a través de multitud de ejercicios individuales, en grupo, rolls play y vídeos.

Dirigido a.

El curso puede dirigirse tanto a personas que ya realizan una actividad comercial como a personas de cualquier otra sector y que quieren realizar un cambio e introducirse en le mundo de las ventas.

Modo de trabajo.

Se busca la participación constante de los alumnos y le intercambio de opiniones.

Para ellos se utiliza una explicación, como hilo conductor de las clases, complementado con diversos ejercicios tanto individuales como en grupo, su puesta en común, así como la realización de rolls play y el visionado de vídeos.

Duración

40 horas duración.

Programa

1)Presentación del curso y de los objetivos.

- a.Vender o ayudar a comprar ?.

2)Prepararse para a vender:

- a.El vendedor nace o se hace ¿
- b.Las cualidades de un buen vendedor.
- c.Visión hacia al producto. Visión hacia al cliente

3)Definir el territorio.

- a.La prospección del mercado.
- b.La prospección telefónica.
- c.Concertar la visita.
- d.Valorar el cliente.

4)La comunicación.

- a. Crear un clima favorable.
- b. Definir las necesidades personales y profesionales del cliente.
- c.La comunicación no verbal

5)Escucha.

- a.Reglas para una buena escucha.
- b.Comportamientos positivos y negativos para una buena escucha.

6)Técnicas fundamentales de venta.

- a.Conocer las características y ventajas del producto.
- b. Incrementar su valor

7)Ayudar a superar las dudas del cliente.

- a.Presentar las soluciones.

b. Resolver las objeciones

8) La Negociación.

a. Tipos: Negociación competitiva versus cooperativa.

b. Características y ventajas.

c. Les fases de la Negociación.

d. Aumentar el pastel

9) El cierre.

a. Señales de compra.

b. Tipos de cierre

10) Las reclamaciones.

a. Son una ventaja? Como tratarlas?

11) Negociar con PNL