Escuela de Ejecutivos
Fundación Dinamai

PROGRAMA INTENSIVO

TÉCNICAS DE VENTA

ONLINE Y PRESENCIAL

DINAMAI
FUNDACIÓN

www.esculadeejecutivos.org

Programa Detallado de Clase

Contenidos Resumidos:

- **La venta profesional**
- **El proceso de venta**
- **La entrevista**
- **Cierre y seguimiento**

El alumno aprende a:

- Convertirse en un ejecutivo comercial con la capacidad de crear valor para la empresa y sus clientes
- Entender la diferencia entre objeciones y excusas y hacer que obren a su favor
- Comprender y dominar el proceso de venta en su integralidad.
- Conocer y manejar técnicas para cada etapa del proceso.

Escuela de Ejecutivos
Queda hecho el depósito de la Ley 11723
Todos los derechos reservados

PARTE I – La venta profesional

Mitos y verdades sobre la venta profesional

- Por qué compra la gente.
- Decisiones racionales y emocionales.
- Superemos el peor de los mitos: La importancia del precio en la decisión de compra.

Entender la venta profesional

- El error más común sobre qué es la venta.
- Cuáles son las etapas del proceso de venta profesional.
- Las claves de éxito y desarrollo para e vendedor profesional

Habilidades más importantes a desarrollar

- Actitud.
- Capacidad técnica.
- Disciplina y método

PARTE II. El proceso de venta

Preparación: conocer el producto y los clientes

- Identificar las ventajas de su producto y traducirlas en valor para el cliente.
- Identificar y conocer competidores y sustitutos.
- Caracterizar y agrupar los tipos de cliente.
- Segmentación del mercado objetivo.

Conseguir entrevistas

- Prospectar: grados de atractividad y grados de interés.
- Utilizar el teléfono para conseguir entrevistas.
- Utilizar el e-mail y la web para conseguir entrevistas.

Prepararse para la entrevista

- El lenguaje y el vocabulario. Modelos de diseño de conversación.
- El aspecto y las formas de relacionarse del vendedor profesional.
- Elementos básicos de protocolo y normas de urbanidad.
- La presentación de ventas.

PARTE III. La entrevista

La apertura

- Tipos de entrevista (frías y calientes) y cuáles son las estrategias recomendables en cada caso.
- El valor determinante de la primera impresión y cómo influir de manera determinante.
- Claves para la apertura.

Manejo de la entrevista

- Claves para manejar el proceso.
- Cómo hacer preguntas.
- Cómo asegurar la escucha activa.

Argumento de venta

- El valor determinante de las opiniones
- ¿Qué es un “argumento de venta”?
- ¿Cómo se lo construye?
- ¿Cómo se lo comunica?

Excusas y objeciones

- Técnicas para reconocer una excusa de una objeción.
- Técnicas para superar las objeciones.
- Cómo utilizar la objeción como argumento de venta y técnica de cierre.

PARTE IV. Cierre y seguimiento

Técnicas de cierre

- Técnicas para el enfoque y cierre.
- Qué es un acuerdo. Cuáles son los elementos que el vendedor profesional debe asegurar.
- Cómo hacer una promesa.
- Cómo asegurar la confianza.

El seguimiento posventa

- El instante posterior al cierre.
- La visita de cortesía.
- La experiencia posterior al uso.

La acción del vendedor profesional

- La venta relacional.
- La venta viral.
- Manejo de críticas y frustraciones.

Anexo: Plan de ventas, guía práctica paso a paso.

- Qué es un plan de ventas y para qué sirve.
- Cómo y cuándo realizarlo. Cuáles son sus componentes.
- Cómo diseñar un sistema de autocontrol.

Escuela de Ejecutivos
Queda hecho el depósito de la Ley 11723
Todos los derechos reservados

Sedes y Ediciones, según pasan los años…