



Sesión 1 | Comunicación efectiva en ventas

Febrero 22

OBJETIVO

Conocer y dominar una comunicación efectiva, a través de la herramienta de Tecnocomunicación.

- Las diferencias de comunicación en el proceso de ventas.
- Qué perfil de comunicación es cada uno de sus clientes y según sea su perfil, tendrá que ser el proceso de comunicación.
- El uso de las diferentes zonas de comunicación.
- Las 3 zonas de comunicación aplicadas según sea el perfil.
- El valor de escuchar con todos los sentidos.
- El pentagrama de Tecnocomunicación.
- Práctica para identificar el perfil y desarrollo de estrategia de comunicación.

Sesión 2 | Planeación en Ventas

Marzo 1

OBJETIVO

Desarrollar una planeación en ventas considerando los factores más importantes para su implementación.

- Qué significa planeación en ventas.
- Por qué es importante realizar un plan de ventas
- Cómo desarrollar objetivos de ventas.
- Los cinco pasos de la planeación en ventas.
 - a. Identificar el presupuesto a lograr.
 - b. ¿A quién se lo vas a vender?
 - c. ¿Cómo y cuándo te vas a acercar a ellos?
 - d. ¿Cuándo se lo vas a vender y a cobrar?
 - e. Lo que venderás, ¿cuánto te acerca al plan original?
- La definición y el valor de un plan B.
- Desarrollo de objetivos comerciales por cliente.

Sesión 3 | Estrategia en ventas

Marzo 8

OBJETIVO

Cómo realizar una estrategia de ventas con base en la planeación, que permita identificar la diferencia entre el rol de vendedor y el rol de asesor consultor de compras.

- Con base en el plan, ¿cómo definir una estrategia de ventas?
- ¿Qué significa vender?
- ¿Qué es un argumento de venta?
- ¿Cómo desarrollar argumentos de venta de acuerdo a la zona de comunicación?
- ¿Qué es negociación efectiva?
- El manejo de los descuentos y promociones durante la negociación.
- Cómo convertirte en un Asesor Consultor de Compras de tus productos.
- Los cuatro primeros círculos de la venta.
 - a. Clientes activos y satisfechos.
 - b. Clientes satisfechos, no activos.
 - c. Prospectos interesados.
 - d. Prospectos en general.

Sesión 4 | Relaciones Públicas en ventas

Marzo 15

OBJETIVO

Crear un plan de Relaciones Públicas con base en el segmento de cada uno de los clientes y prospectos para incrementar los resultados, la rentabilidad y la experiencia de compra.

- ¿Qué significan Relaciones Públicas en ventas?
- En ventas, quiénes son urgentes, quiénes son importantes de abordar y cuándo hacerlo.
- Cómo planear el acercamiento por segmento.
- Cómo hacer un plan de Relaciones Públicas que permita llamar la atención de los clientes y prospectos de acuerdo al segmento.
- Cómo hacer un CRM (Customer Relationship Management) y ocupar la información frente al cliente.

Sesión 5 | Servicio de venta y post venta

Abril 22

OBJETIVO

Desarrollar las habilidades para crear una cultura de servicio de post-venta, orientada a la satisfacción de los clientes y la re-venta.

- Una vez cerrada la venta, ¿por qué es importante mantener la relación con los clientes?
- ¿Qué significa servicio en ventas?
- ¿Qué es servicio de acuerdo a la zona de comunicación del cliente?
- Las diferencias entre valor agregado y servicio.
- ¿Qué significa post-venta?
- La regla del servicio post-venta: vende-sirve-evalúa.

Viernes

Horario: 14:00 a 18:00 hrs.

INVERSIÓN DEL TALLER

\$10,700

por participante

CONDICIONES DE PAGO

**Todos nuestros precios son más IVA.

¡Pregunta por nuestras formas de pago!



Profesores con alta experiencia comercial.



Cada sesión cuenta con 1 hora y media de teoría.



Material del participante para cada sesión.

Av. Colinas del cimatarío, 435,
Col. Colinas del Cimatarío.

Contacto



CDMX +52 (55) 5659-0011 ext.124

Lourdes Silva |silva@formaejecutiva.com