



Técnicas De Venta: El Cierre De Venta

Sku: PD336

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

Objetivos Generales:

- Abordar el cierre de ventas contemplándolo como objetivo de las diferentes fases del proceso de ventas y tomando conciencia de que el mismo continúa tras la venta, al establecer y trabajar una relación a largo plazo con el cliente.

Objetivos Específicos:

- Saber que es el cierre de una venta.
- Identificar los indicios que indican que la clientela está lista para la firma del contrato.
- Conocer las diferentes técnicas de cierre.
- Abordar con éxito la despedida de la clientela.
- Conocer los mecanismos que tras la venta influyen en la satisfacción del cliente y la construcción de una relación a largo plazo con el cliente.
- Identificar los medios por los que mejorar la percepción del cliente.
- Analizar los medios con los que cuenta la empresa para obtener rentabilidad de las relaciones a largo plazo con sus clientes.
- Lograr el mantenimiento de relaciones a largo plazo e identificar los posibles problemas que causan el abandono por parte de los clientes de estas relaciones.

CONTENIDOS

Unidad 1: El cierre de la venta.

- El cierre o desenlace: Momento determinante
- Referencia a las fases previas del proceso de venta
 - Preparación de la venta
 - Toma de contacto con el cliente
 - Determinación y/o creación de las necesidades

- Argumentación para la venta
- Referencia al modelo AIDA
- Referencia al modelo SPIN
- La temida fase de las objeciones
 - Objeciones más frecuentes: Pautas a seguir
 - ¿Cómo superar las objeciones?
- Lenguaje no verbal en el cierre de ventas
 - Tipos de comunicación no verbal
 - Lenguaje corporal
 - Expresiones faciales
 - Comunicación paraverbal
- Indicios del cierre de ventas
- Momento para el cierre de venta
- Técnicas de cierre
- Terminar la entrevista

Unidad 2: Después de la venta.

- El interés de las relaciones a largo plazo con los clientes
- Proceso de exploración continua
 - Asegurar la rentabilidad de las relaciones. Customer Lifetime Value (CLV)
- Construir una relación a largo plazo: Expansión
 - Generación de compras repetidas
 - Ventas sustitutivas o up-selling
 - Ventas complementarias, ventas cruzadas o cross-selling
- Construir una relación a largo plazo. Fidelidad
 - Programas de descuento y promociones
 - Recompensas más allá de la compra
 - Aplicación de la gamificación en el comercio
 - Suscripciones
 - Otras técnicas de fidelización en el comercio
- Evitar la disolución
- Servicio post venta
 - Asegurar buen uso del producto o servicio
 - Seguimiento
- El CRM (Customer Relationship Management)
- Gestión en quejas y reclamaciones
- Evaluar nuestro servicio