



COMT051PO. Habilidades comerciales.

Sku: 20321IN

Horas: 60

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Adquirir conocimientos para el desarrollo de habilidades comerciales y conocer, analizar y acercarse a los hábitos de los clientes y el proceso y las técnicas de venta para garantizar su cierre.
- Identificar la proactividad comercial y su importancia.
- Describir el proceso de atención telefónica de clientes.
- Conocer las características de la entrevista comercial en atención al cliente.
- Concretar las necesidades de los clientes para una mejor atención.
- Descubrir el proceso de argumentación comercial.
- Dominar el tratamiento de objeciones.
- Identificar el cierre de ventas como una actividad decisiva en la actividad comercial.
- Conseguir la fidelización de clientes y sus implicaciones en la empresa.
- Descubrir los elementos que influyen en la atención eficaz al cliente.
- Establecer la influencia de la comunicación no verbal en el éxito de una venta.
- Descubrir técnicas eficaces para el cierre de ventas.

CONTENIDOS

1. Proactividad comercial 1.1 Introducción 1.2 La importancia de ser proactivo 1.3 El esfuerzo continuado 1.4 La orientación al cliente y la imagen que le transmitimos 1.5 Planificación y optimización de recursos 1.6 Reglas para ser proactivos 1.7 Resumen **2. La atención y gestión telefónica de clientes** 2.1 Introducción 2.2 La orientación al cliente. Proceso de asesoramiento comercial a clientes. Atención de las necesidades del cliente. Incrementar el valor de los clientes actuales 2.3 Elementos que intervienen en la comunicación 2.4 La expresión verbal 2.5 El lenguaje positivo y negativo. La entonación. La articulación 2.6 La escucha activa 2.7 Descubrir necesidades 2.8 Llamadas de petición de información 2.9 Tratamiento de reclamaciones 2.10 Resumen **3. La entrevista comercial** 3.1 Introducción 3.2 Preparación de la entrevista comercial. La entrevista comercial y la comunicación 3.3 Estructura de la comunicación 3.4 La comunicación no verbal 3.5 La comunicación verbal. El saludo y la presentación 3.6 La detección de necesidades 3.7 Las

preguntas 3.8 La escucha activa y la empatía. La capacidad de sintonizar emocionalmente con la otra persona 3.9 Las habilidades comerciales como emisores y como receptores de la comunicación 3.10 Defectos y barreras para una buena comunicación 3.11 Resumen **4. Convertir oportunidades en necesidades** 4.1 Introducción 4.2 El proceso comercial y la detección de oportunidades 4.3 Proceso de asesoramiento comercial a clientes 4.4 Atención de las necesidades del cliente 4.5 Incrementar el valor de los clientes actuales 4.6 La venta cruzada 4.7 Beneficios de la venta cruzada 4.8 Cómo enfocar la venta cruzada 4.9 Generación de confianza 4.10 Resumen **5. Argumentación comercial** 5.1 Introducción 5.2 Las características del producto o servicio 5.3 Las ventajas comerciales del producto o servicio. Los beneficios del producto o servicio 5.4 Secuencia de la argumentación comercial: Apertura 5.5 Secuencia de la argumentación comercial: Desarrollo 5.6 Secuencia de la argumentación comercial: Demostración y presentación de beneficios 5.7 La argumentación: esquema a seguir 5.8 Algunas recomendaciones prácticas para la argumentación comercial 5.9 Resumen **6. Tratamiento de objeciones** 6.1 Introducción 6.2 Tratamiento de objeciones. Qué debemos hacer cuando el cliente nos plantea una objeción 6.3 Tipos de objeciones y formas de afrontarlas 6.4 Técnicas para rebatir objeciones 6.5 Reglas de oro en el tratamiento de objeciones 6.6 Resumen **7. El cierre de ventas** 7.1 Introducción 7.2 Actividad. El cierre de la venta 7.3 Fases en el proceso de cierre de la venta 7.4 Las señales de compra. Algunos tipos de señales de interés 7.5 Requisitos para el cierre de venta 7.6 Técnicas de cierre 7.7 Resumen **8 Fidelización y seguimiento de clientes** 8.1 Introducción 8.2 Concepto de fidelización de clientes 8.3 Gestión de clientes 8.4 Vinculación de clientes 8.5 Ventajas de la fidelización 8.6 Factores de fidelización 8.7 Resumen **9. Atención eficaz al cliente** 9.1 Introducción 9.2 La orientación al cliente. La comunicación con el cliente. Escuchar al cliente 9.3 La importancia de la imagen. Evitar una imagen negativa 9.4 La expresión verbal. La calidez de la voz 9.5 Comunicación no verbal 9.6 La oficina o establecimiento y el puesto de trabajo 9.7 Cómo tratar a nuestros clientes según su actitud 9.8 El cliente que asiente o permanece en silencio 9.9 El cliente impulsivo y el cliente indeciso 9.10 El cliente que se da importancia y lo sabe todo 9.11 El cliente riguroso y minucioso 9.12 El cliente rudo y polémico 9.13 El cliente hablador 9.14 El cliente desconfiado y escéptico 9.15 Tratamiento de quejas y reclamaciones 9.16 Recomendaciones finales 9.17 Resumen **10. La comunicación y el lenguaje no verbal para el éxito de la venta** 10.1 Introducción 10.2 El proceso de la venta y la comunicación 10.3 Estructura de la comunicación 10.4 Preparación de la venta. La venta 10.5 La comunicación no verbal. La mirada. Los gestos y posturas. La voz 10.6 Comunicación verbal: la primera impresión. Recomendaciones para la presentación 10.7 La detección de necesidades. Las preguntas. La escucha activa 10.8 Actividad “la escucha activa” 10.9 La empatía. Sintonía emocional 10.10 Habilidades como emisores 10.11 Habilidades como receptores 10.12 Barreras en la comunicación 10.13 Resumen **11. Técnicas eficaces para el cierre de ventas** 11.1 Introducción 11.2 El cierre de venta. Fases en el proceso de cierre de la venta 11.3 Señales de compra. Algunos tipos de señales de interés 11.4 Requisitos para el cierre de la venta 11.5 Técnicas de cierre 11.6 Recordemos que... 11.7 Después del cierre. Actividad. Seguimiento de la venta 11.8 Resumen