

Friedman.



PROGRAMA DE TÉCNICAS PROFESIONALES DE VENTA

Programa que habilita y desarrolla a los Vendedores con técnicas efectivas que atravesarán en el proceso de una venta, se espera que al finalizar este curso sean capaces de realizar ventas satisfactorias para el negocio y para el cliente.

Objetivo:

Proporcionar las habilidades necesarias para llevar a cabo un proceso comercial que culmine es una venta efectiva, logrando un incremento en cierres.

¿A quién está dirigido?

Hombres y mujeres que se desempeñan como ejecutivos de venta o que desean convertirse en un vendedor de alto rendimiento.

Duración:

En línea: 15 horas totales.

Presencial: 2 días en 16 horas totales.

Requisito de ingreso:

Conocimientos básicos de comercialización.

Recursos:

En línea: Webinars en vivo, juegos, retos, actividades interactivas, evaluaciones y WhatsApp empresarial para soporte y dudas.

Presencial: Juegos, retos, actividades, evaluaciones y WhatsApp empresarial para dudas

Reconocimiento:

Constancia de participación en el Programa de Técnicas Profesionales de Venta otorgado por The Friedman Group. La constancia avala que se han desarrollado habilidades de Venta para aplicarlas en tu campo profesional.



Beneficios (perfil de egreso):

- Definirás los pasos de la venta que te permitirá dar una continuidad natural al ciclo, eliminando resistencias del cliente.
- Contarás con las habilidades necesarias para lograr cierres de ventas efectivos.
- Contarás con un conocimiento avalado por una constancia que impulsará tu CV como un valor agregado y diferenciador.

CONTENIDO

COMPLETO DEL CURSO

Paso de la venta 0. Prechequeo diario

Objetivo: Evitar perder ventas debido a la falta de preparación o información.

- 0.1. Los puntos básicos del servicio al cliente
- 0.2. Las cuatro ocupaciones de un vendedor
- 0.3. 4 aspectos que mejorarán tu nivel de éxito

Paso de la venta 1. Abrir la venta

Objetivo: Aprender a eliminar la resistencia del cliente y establecer una relación de persona a persona en vez de una relación Vendedor-Cliente.

- 1.1. Causar una reacción negativa desde el principio
- 1.2. Frases de Apertura
- 1.3. Entablando una conversación o charla previa
- 1.4. Pase de largo 180 grados
- 1.5. Búmeran
- 1.6. “Engancharse! en la conversación
- 1.7. Atendiendo a más de un cliente a la vez
- 1.8. El Contrato Verbal

Paso de la venta 2. La investigación

Objetivo: Determinar lo que el Cliente quiere, necesita o desea; establecer confianza y averiguar por qué y para qué el Cliente el producto.

- 2.0. Descubrir porqué lo quiere
- 2.1. El conocimiento es poder
- 2.2. Comprensión
- 2.3. Desarrollando la confianza
- 2.4. Preguntas abiertas
- 2.5. Nunca le preguntes al Cliente ” ¿Cuánto quieres gastar?
- 2.6. Atendiendo a más de un cliente a la vez
- 2.7. La Secuencia lógica



- 2.8. Obtener el nombre del Cliente
- 2.9. La prueba de la amabilidad
- 2.10. Vendiendo alternativas

Paso de la venta 3. La Demostración

Objetivo: Conocer cómo establecer el valor del producto en la mente del Cliente y crearle el deseo de volverse propietario de alguno de los productos disponibles en el punto de venta..

- 3.0. La demostración se basa en lo que averiguaste en la investigación
- 3.1. Todo es demasiado caro hasta que se establece el valor
- 3.2. Las características no venden, los beneficios sí
- 3.3. Creando el deseo de posesión
- 3.4. Características - Ventajas - Beneficios - Reflexivos
- 3.5. Justando todo
- 3.6. Verificar C.B.R's
- 3.7. Evitando la trampa de la comparación
- 3.8. El "experto" que mata la venta

Paso de la venta 4. Probar-Cerrar

Objetivo: Cerrar la venta principal y añadir adicionales

- 4.1. La incomodidad al momento de Cerrar la venta
- 4.2. ¡Cerrar la venta vendiendo adicionales!
- 4.3. Probar-Cerrar en 5 partes
- 4.4. Asegurando la venta del artículo primario
- 4.5. Eligiendo el adicional

Paso de la venta 5. Manejo de objeciones

Objetivo: Descubrir la razón principal por la que el cliente decide no comprar algún producto y así salvar la venta.

- 5.1. Probar el método "prueba y error"
- 5.2. ¿Por qué hay objeciones?
- 5.3. No hizo lo suficiente
- 5.4. Trabaja con el cliente
- 5.5. El Descubrimiento
- 5.6. Manejando la objeción del precio
- 5.7. Manejar el tema del precio: ¿Es un asunto de valor o de presupuesto?

Paso de la venta 6. Cerrar la venta

Objetivo: Lograr que el Cliente compre el producto principal y adicione productos.

- 6.1. La intención lo es todo
- 6.2. Señales de compra
- 6.3. Tipos de cierre

Paso de la venta 7. Confirmar e invitar

Objetivo: Reducir el remordimiento de los Clientes y alentar el trato personal que genere una cartera sana de Clientes.

- 7.1. Arrepentimiento del comprador
- 7.2. Confirmaciones e Invitaciones
- 7.3. La Confirmación: consolidando la compra
- 7.4. Invitación Formal
- 7.5. Eficiencia y servicio al Cliente
- 7.6. El Cliente debe sentirse bienvenido

Friedman.

CONTACTO

Cóntactanos para recibir información actualizada de precios individuales, precios especiales a grupos y próximos inicios de seminarios.



55 7609 0563



info@friedman.com.mx