



Presencial o videoconferencia

Curso práctico de ventas

Vender en tiempos de incertidumbre

Módulo 1: ¿Cómo captar y gestionar clientes?

Módulo 2: Vender sin que lo parezca (La entrevista de ventas)

Módulo 3: Técnicas de cierre de ventas

Módulo 4: Vendamos y defendamos nuestro precio

Marzo 2022

Es posible realizar la inscripción tanto al curso completo como a cada uno de sus módulos.

Inscríbete

Profesor:

Miguel Iribertegui Iriguiel



- Entrenador de personas vendedoras.
- Consultor de empresas en el área de ventas.
- Profesor en ESIC Business & Marketing School.
- Profesor Asociado de la Universidad Pública de Navarra.
- Senior Manager Program in Digital Business.
- Máster en Dirección y Administración de Empresas.
- Máster en Gestión Comercial y Marketing.
- Licenciado en Filosofía y Letras.
- Más de 10.000 horas de formación empresarial impartidas en diversos sectores.
- Autor del libro "Vender de Cine".

Fechas: Del 4 al 25 de marzo, los viernes

Sesiones: 4

Horario: de 9:00 a 15:00 h.

Duración: 24 horas

Lugar:

Puedes elegir en qué modalidad prefieres hacer el curso:

- En remoto, a través de nuestra aula virtual, utilizando la herramienta Zoom.
(Podrás seguir la clase en remoto y realizar al personal docente las consultas que tengas por audio).
- Presencial: en nuestras instalaciones del Club de Marketing de Navarra ([protocolo de prevención y seguridad sanitaria](#)).

En caso de necesidad podrías cambiar de una opción a otra, previo aviso, siempre que queden plazas disponibles.

¿Cómo captar y gestionar clientes?

Día: 4 de marzo, viernes

Horario: de 9:00 a 15:00 h.

Duración: 6 horas

La venta es cuestión de constancia y de oportunidad. La persona comercial debe saber apoyarse en las nuevas tecnologías trabajando su marca personal, gestionando con eficacia el CRM para conseguir atraer nueva clientela o prospectos y crear un importante vínculo con la clientela actual dirigido a la creación de valor para ambas partes sostenida en el tiempo.

- Comerciales de tecnología 4.0.:
 - Marca del comercial + marca de la empresa = marca total.
 - Construcción de la marca personal del comercial:
 - La persona vendedora como marca dentro de la empresa.
 - Marca profesional y redes sociales.
 - Expansión de la marca profesional en entornos digitales y analógicos.
- Herramientas *low-cost* para el acercamiento y captación de nueva clientela.
 - Redes sociales. LinkedIn como herramienta de captación de clientes.
 - Eventos y networking: cómo sacarles el máximo rendimiento a eventos online y off line.
 - Redes sociales. LinkedIn como herramienta de captación de clientes.
 - Técnica «Vintage» exitosa de concertación de citas: mailings que cautivan + telemarketing dirigido.
 - La «Visita del paracaidista».
- Gestión de clientes:
 - Satisfacer a la clientela de forma rentable, reteniéndola.
 - Procesos + personas + tecnologías: herramientas para la satisfacción de los clientes y clientas. La inteligencia artificial.
 - CRM: las mejores herramientas: desde las «Free» a las «Premium».
 - Matrices de scoring y segmentación de clientela.
 - Mi cartera de clientes y clientas: ¿cómo «caracterizarla»?
 - ¿Cómo realizar una comunicación periódica, constante y obligatoria con mi cliente/a?
 - El mix de comunicación con clientes y clientas y, por supuesto, con posible clientela
 - *Taller práctico de acción (tras la reflexión): Un mix de comunicación con mi posible cliente/a.*
- Cómo fidelizar a mis clientes/as para que sean mis mejores prescriptores/as:
 - Diferenciar entre clientes/as y compradores/as.
 - Cubrir expectativas de los clientes/as para luego superarlas.
 - Cross Sales y Up Sales: Optimizar y cruzar ventas con clientes/as actual.
- *Taller práctico*: Elaboración de un P.A.C.O.: Un plan de acción comercial operativo.

Vender sin que lo parezca (La entrevista de ventas)

Día: 11 de marzo, viernes

Horario: de 9:00 a 15:00 h.

Duración: 6 horas

La manera de vender hoy en día es aparentando que lo hacemos sin querer. Como si no nos costara. Una venta mucho más eficaz, de resultado que cualquier persona puede practicar. Lo único que tiene que tener claro que tiene que llevar el timón de la comunicación. Al cliente/a le gusta decidir pero no le gusta pensar.

- La toma de contacto inicial con los clientes:
 - Análisis previo de la persona interlocutora a través de las redes sociales.
 - Generar confianza sin abrir la boca.
 - 4 Claves para generar confianza profesional desde el primer momento.
- Taller de soluciones desde las necesidades del cliente:
 - Trabajar desde el cliente:
 - Un método empático de escucha activa.
 - Preguntas eficaces desde una orientación clientela.
 - El método SPIN de venta consultiva. Las mejores preguntas.
 - *Parte práctica: El taller de preguntas del Doctor Lionel Logue*
- Taller de la argumentación:
 - Puesta en valor para defender el precio: El método P.E.L.M.A. (sin serlo).
 - Argumentación en venta personal face to face: Un modelo de argumentación desde lo que esperan los clientes/as, desde los beneficios.
 - Técnica en reuniones de venta por video-conferencia:
 - Herramientas de video-conferencia: Skype, Zoom, Teams,...
 - Venderse a través de la videoconferencia: postura corporal, encuadre, luminosidad, audio.
 - Las Webinar: presentación más vídeo conferencia.
 - Técnica argumental: Beneficios + ventajas + características.
 - *Parte práctica: El taller de argumentos de Nick Naylor.*
- Taller para resolver objeciones de la clientela
 - Taller de resolución de las resistencias de los clientes/as desde los proyectos de quien asiste al programa:
 - ¿Excusas u objeciones?
 - Las técnicas más eficaces para darle la vuelta a la cuestión crítica del precio.
 - Técnica del "Sí pero" para enfocarnos al cierre de la venta.
 - *Parte práctica: El taller de objeciones de Danny Roma.*

Técnicas de cierre de ventas

Día: 18 de marzo, viernes

Horario: de 9:00 a 15:00 h.

Duración: 6 horas

Si no cerramos, no hay venta. Conseguiremos no sólo conocer sino aplicar las técnicas más eficaces para perseguir los proyectos/presupuestos, saber detectar las señales de compra e impulsar acciones de cierre de venta.

- La teoría del francotirador/a en el cierre de la venta. Si la venta se centra en el cliente/a o la clienta en vez de en el producto, cerrar no es tan difícil.
- Las técnicas más eficaces para darle la vuelta a la cuestión crítica del precio. Una técnica que nos va a permitir que la objeción del precio se vea empuñada o incluso –por qué no-, que desaparezca.
- Hay que seguir al cliente, no perseguirla: Cómo seguir presupuestos con eficacia sin agobiar a clientes/as.
- Las señales de compra: Cómo distinguir una señal de compra de una objeción del cliente y transformarla en acción de cierre. La técnica del cierre de la llave de Nelson.
- La teoría de la alternativa de elección en el cierre de la venta. Técnicas de venta en el momento crítico: La decisión de compra: un proceso racional o irracional.
- Y otras técnicas: el cierre del cachorrito, la llave de Nelson, la oferta amenazante, el cierre "a la gallega",...

Vendamos y defendamos nuestro precio

Día: 25 de marzo, viernes

Horario: de 9:00 a 15:00 h.

Duración: 6 horas

Suelo decir que si tuviéramos los mejores precios del mercado no necesitaríamos comerciales.

Bajo el argumento de que el precio no se negocia, tenemos que ser capaces de argumentar ante el cliente/a con mucha eficacia, demostrando nuestro

compromiso con mucha inteligencia emocional y gran capacidad de servicio. El por qué nuestro precio es el que es.

- ¿Cómo defendemos nuestro precio?
- ¿Responde la propuesta o proyecto presentado al cliente su necesidad básica?
- Posicionamiento: "Premium o Low Cost"
- ¿Por qué lo barato sale a veces caro?
- Qué queremos hacer en una negociación de un precio con el cliente: ¿competir o colaborar?

Metodología

- Varias reuniones por parejas donde el precio es el objeto de discusión: Donde cada persona asume un papel para posteriormente:
 - Auto-evaluación del público asistente.
 - Evaluación por parte de los compañeros/as. Cada persona asistente se convierte en coach de su pareja.
 - Evaluación la persona que forma: Puntualmente quien forma participará en las reuniones y dará cumplido feed-back de lo que observe entre las personas que participen.

INFORMACIÓN GENERAL

La metodología

- Dinámica mediante la interacción de alumno/a-ponente.
- Ejercicios y dinámicas grupales.
- Ejercicios de ventas realizados en pareja (no se harán dramatizaciones en clase ni se grabarán en video).
- Visionado de fragmentos de películas: el cine aplicado a la venta.

El consultor o consultora tiene un método que se basa en cuatro patas: actividad: Todo los conceptos deben ensayarse en el aula o fuera de ella. Referencia a lo adquirido: parte del punto de partida de quienes asisten para adecuar los contenidos y trabajos a las capacidades del alumnado y no al revés. Practicidad. Todo el contenido impartido tiene un desarrollo luego útil en el puesto de trabajo y, por último, simplicidad: el consultor o consultora siempre traslada de una manera sencilla los conceptos para adquirir los máximos conocimientos.

Derechos de matrícula

Curso completo:

Socios/as: 450 €.

No socios/as: 600 €.

Módulos individuales:

Socios/as: 150 € cada uno.

No socios/as: 250 € cada uno.

Actividad bonificable por la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo. El Club de Marketing gestiona a los/as socios/as gratis la tramitación.

Inscripciones

A través de la web, con al menos dos días de antelación.

Para información: Tfno. 948 290155

Bonificaciones de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo

Los/as socios/as pueden solicitar la tramitación gratuita de las bonificaciones, indicándolo en la inscripción a través de la web, con al menos dos días de antelación.