


Cómo gestionar las oportunidades en los procesos de venta

Fecha: 24 de septiembre, jueves.

Horario: 09:00-14:00 y 15:30-18:30h.

Duración: 8 horas

Lugar: Cámara de Gipuzkoa - Avda. de Tolosa, nº 75 - 20018 Donostia-San Sebastián 

INSTALACIONES ADAPTADAS AL PROTOCOLO DE SEGURIDAD SANITARIA

INSCRIPCIÓN

Objetivo

Para mejorar la eficacia de las ventas tenemos que alinear el proceso de ventas con el proceso de compra de los clientes. El secreto de los comerciales que consiguen resultados de forma constante es que gestionan bien el conjunto de oportunidades abiertas en las diferentes fases del proceso de venta.

En un entorno de ventas complejas para conseguir el acuerdo final con el cliente, son necesarias una serie de “victorias” previas que dependerán de las oportunidades obtenidas en cada etapa del proceso, por lo que esta acción formativa persigue los siguientes objetivos:

- Descubrir e identificar las oportunidades en cada fase de la venta.
- Proporcionar una guía con pasos específicos para todo el equipo comercial.
- Mejorar la eficiencia comercial.

Programa

1. LAS VENTAS TRANSACCIONALES Y LAS VENTAS COMPLEJAS

A. LA RELACIÓN:

- El encuentro: legitimando nuestra presencia.
- Nos conozcan o no: ¿cómo conseguir aumentar las oportunidades?

B. DESCUBRIENDO NECESIDADES E IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES:

- El poder de las preguntas como instrumento de persuasión.
- Errores a evitar para manejar con eficacia las preguntas.

- Una estrategia para clientes nuevos:
- Descubriendo necesidades.
- Identificando y desarrollando las necesidades.
- Implicando al cliente para impulsar la decisión de compra.
- Una estrategia para los clientes habituales.
- Activando el interés antes de presentar la oferta..

2. LAS OPORTUNIDADES EN EL MOMENTO DE LA PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

A. EL PODER DE LA CONVERSACIÓN PARA INFLUIR POSITIVAMENTE

- Transmitiendo señales de autoridad a todos los clientes. Habilidad personal y profesional.
- Dominando aspectos técnicos: argumentos válidos en la forma y en el contenido.
- Presentando un plan de prueba adaptado al cliente.
- Presentando un plan que aporte soluciones.
- Más ideas si nuestra oferta se compara con la competencia.

B. LAS DEFENSAS DEL CLIENTE: ¿tácticas dilatorias o condiciones?

- Diferenciando situaciones para proceder con acierto.
- Buscando la implicación del cliente al final del proceso.
- Aplicando técnicas para sondear nuevas oportunidades: de la generalidad al terreno de la precisión.
- Los últimos instantes para dar valor a los puntos fuertes de la propuesta.
- Entrenamiento.

Ponentes

Ana Díaz de Tuesta.- Lda. en Ciencias Económicas y Empresariales por la UPV. Master M.B.A. en Administración de Empresas por ESEUNE Business School. Experiencia de más de 15 años en desarrollo de personas y en la mejora de competencias profesionales de equipos comerciales.

Otros datos relevantes

Precio

180 euros

Descuento de un 10% para las terceras y sucesivas inscripciones.

(En caso de no cancelar la inscripción o realizarla con menos de 48 horas de antelación al inicio de la formación se deberá abonar el 100% del importe, salvo caso de fuerza mayor.).

FUNDAE

Las inscripciones podrán bonificarse parcialmente en las cuotas de la Seguridad Social a través

de la encomienda de gestión a Cámara de Gipuzkoa.

Información

Amaia Etxeberria - 943 000293

formacion@camaragipuzkoa.com