

Programa superior de gestión comercial y ventas -CURSO SUBVENCIONADO POR EL FONDO SOCIAL EUROPEO-

Fecha: del 8 de marzo al 15 de junio.

Horario: Viernes: 15:30 a 20:00 h. / Sábados: 09:00 a 13:30 h.

Duración: 90 horas

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

"Desarrollo de Competencias comerciales utilizando las más innovadoras metodologías de entrenamiento comercial".

Este programa constituye un nuevo concepto que va más allá de las fórmulas tradicionales de entrenamiento comercial. Se orienta tanto al desarrollo de competencias personales como profesionales en el área de ventas, control de riesgos e incidencias, planificación y liderazgo de equipos comerciales.

Mediante un aprendizaje experiencial, cada participante lleva a cabo un trabajo minucioso para su propio crecimiento. Todo ello a través de un equipo de expertos en ventas, especialistas en persuasión, procesos de análisis, decisión y liderazgo.

Programa

1. PERSUADIR EN SITUACIÓN REAL DE VENTA

El participante descubre el modo en que la mente procesa la información antes de tomar una decisión. Cuáles son los resortes psicológicos que deben pulsarse para lograr el "sí" tanto en una presentación personal, grupal o ante un auditorio.

Al finalizar este módulo el participante dominará:

- Las leyes universales de la persuasión y su aplicación a la esfera personal y comercial.
- Los atajos y sesgos mentales frecuentes en situación de venta.
- Los estilos de comunicación: cómo sintonizar con cada tipo de cliente.
- Convencer a través del lenguaje verbal y no verbal.
- Técnicas avanzadas de argumentación y refutación.
- El cierre de la venta: condiciones y abanico de técnicas.
- Claves para vender y comunicar "en público".

2. NEGOCIACIÓN COMERCIAL PROFESIONAL

El objetivo de este módulo es dar al participante la oportunidad de vivir una negociación en primera persona. Tanto desde la fase de preparación de la estrategia hasta el desarrollo operativo de la misma. Se trata en definitiva, de identificar los puntos fuertes y débiles en relación a las competencias a desplegar en un proceso de negociación.

- ¿Cuándo negociar? La identificación de objetivos en la negociación.
- Elección de estrategias y tácticas.
- Cómo establecer jerarquía y poder. La disposición de las partes.
- El lenguaje verbal y no verbal durante la negociación.
- ¿Qué tiene un buen negociador que no tengo yo?
- Contratos de compra – venta, agencia y distribución.
- Role Play filmado: a la finalización cada participante recibirá un análisis detallado de su desempeño durante la negociación efectuada, junto a una copia de la grabación para su trabajo posterior. Se efectuará un análisis profundo de las líneas a mejorar en todos y cada uno de los aspectos que influyen en el éxito de una negociación.

3. GESTIÓN INTEGRAL DE CLIENTES Y EQUIPOS COMERCIALES

Vender mejor conlleva frecuentemente vender menos, pero incrementar los márgenes y tratar con los clientes adecuados. Evaluar el valor de estos clientes, la forma de acometerlos y definir una estrategia de contacto idónea son claves para consolidar la posición comercial y orientar al equipo hacia los objetivos prioritarios.

- Diseño de un ABC de clientes: criterios de segmentación.
- Cálculo del valor de cartera.
- Gestión de grandes cuentas.
- Marketing relacional vs. Marketing promocional.
- Técnicas de prospección vs. Fidelización.
- Lanzamiento de ofertas.
- Plan de Captación, Escalado, Fidelización, Retención.
- Rutas de visita rentables: Sistema de asignación de rutas y circuitos comerciales.
- Sistema de información para la venta.
- Vender a través de agentes y distribuidores

4. LIDERAZGO EN VENTAS Y MÉTODOS DE TRABAJO EN EQUIPO

Una empresa consciente se caracteriza por contar con una buena política de reconocimiento, comunicación y motivación. Pero saber reconocer, motivar y liderar no se logra desde la razón, sino esencialmente desde la emoción que abre nuevas vías hacia "lo posible". Este programa ayudará a cada participante a interiorizar aquellas competencias esenciales para trabajar con personas, clientes y equipos.

- Disfunciones habituales en equipos multidisciplinares y en equipos de venta.
- El grupo frente al equipo.
- Estilos de liderazgo y efecto en el rendimiento.
- Liderar un proyecto comercial desde la complejidad y la gestión de las relaciones humanas.
- Caso práctico: El cambio de Orientación en una Empresa Industrial.

5. EL ESTUDIO DE MERCADO Y LA TOMA DE DECISIONES FUTURAS

Hoy más que nunca es necesario desarrollar la capacidad analítica de quien toma decisiones en el ámbito comercial y de negocios. Para minimizar riesgos y arrojar luz sobre los continuos cambios es preciso contar con herramientas que faciliten esta labor.

- Métodos aplicados a la toma de decisiones.
- Métodos cuantitativos y cualitativos de análisis de la demanda.
- Métodos de previsión de ventas.
- Decidir analizando mi cadena de valor.
- Entender el ciclo de los mercados y sus consecuencias para el marketing.

6. PROSPECCIÓN DE MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES

- La prospección de mercados internacionales.
- Frenos comerciales a la internacionalización de las empresas. Competir en otros mercados.
- Entender las claves de una negociación intercultural.
- Perfil del negociador multiculturalmente inteligente.

7. ASPECTOS FINANCIEROS DE LA GESTIÓN COMERCIAL

A lo largo de este módulo se tratan los aspectos financieros y de cobro esenciales para una correcta culminación de la operativa comercial.

Este aspecto, poco dominado por parte de muchos ejecutivos de ventas, se revela como esencial para una correcta defensa del margen comercial y de la garantía de cobro.

- Los riesgos en la venta.
- Conceptos financieros: valor-precio, venta-cobro, coste-pago, beneficio-margen, rentabilidad-liquidez.
- Coordinación necesaria entre el área comercial y financiera.
- Información y medición.
- Negociación de condiciones de venta en términos comerciales y financieros.
- Garantías contractuales: bancarias, personales y de seguros.
- El momento y los medios de cobro, elección, negociación y gestión de cheques, transferencias, remesas simples, SEPA y documentarias, créditos documentarios.
- Efectos y causas principales de los impagos. Señales de alerta y reclamación.

8. CÓMO COMUNICAR MI EMPRESA CON ÉXITO

- ¿Cómo puede ayudar una buena comunicación a vender mi negocio?.
- Fijación de objetivos: Lista de comprobación.
- Orientación de mi empresa: segmentación, posicionamiento y USP.
- Todo pasa por diferenciarnos y elevar nuestra notoriedad.
- Cómo desarrollar una estrategia de comunicación de éxito.
- Elección de público, eje comunicación, construcción del mensaje y uso de eslóganes.
- La base de datos como fondo de comercio: cómo vender one2one.
- Acciones de promoción vs. acciones de fidelización: no todo vale.
- “Tengo una oferta, tengo una venta”: cómo construir ofertas que mueven a la acción.
- Mis precios comunican: uso táctico del precio.

9. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y PERSUASIÓN EN PÚBLICO

- Oratoria de alto impacto.
- El juego del comunicador.
- El cuerpo en el espacio.
- Impulso y voz.
- Puesta en práctica

10. PLAN DE ACCIÓN PERSONALIZADO (Opcional)

Ponentes

JAVIER MORENO OTO.- Director de DEKER – Consultores de Marketing. A lo largo de su trayectoria profesional ha ocupado puestos directivos en consultoría e investigación de mercados, desempeñando posteriormente puestos en dirección comercial y gerencia de compras en diferentes empresas ligadas al ámbito de la distribución comercial. Es licenciado en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Publicidad por la Universidad del País Vasco. Coach de equipos. Especialista en selección de vendedores. A lo largo de su carrera

profesional ha formado y acompañado a más de 50.000 personas en el área de ventas, comercial, marketing y habilidades directivas.

JUAN MORENO OTO.- Licenciado en Ciencias Físicas, y Máster en Administración de Empresas por la Universidad Politécnica de Madrid. Ha ocupado el puesto de Gerente de Equipamiento de cliente del segmento PYMEs, Negocios y Profesionales para Telefónica España. Socio de DEKER Consultores de Marketing.

JOSÉ MANUEL AMORRORTU.- Socio director de AMET Consultores. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la UPV, AMP por el Instituto de Empresa, Postgrado en Gestión Empresarial (ASLE), Especialista en Activos y Mercados financieros (TALDE) y Experto en Cash Management y Gestión de Operaciones en (Audihispana). Ha sido Director Norte de la División de Consultoría y Formación de Audihispana. Es asesor de empresas en sus áreas financiera-tesorería-medios de pago a nivel nacional e internacional. Consultor Formador en operativa nacional e internacional.

Otros datos relevantes

Fechas:

- Marzo: 8, 9, 15, 16
- Abril: 12, 13, 19, 20, 26 y 27
- Mayo: 10, 11, 17, 18, 24 y 25
- Junio: 7, 8, 14 y 15

Precio

La inscripción al programa completo será gratuita, gracias a la cofinanciación del Fondo Social Europeo.

SUVENCIONADO POR:

Información

943 000293

formacion@camaragipuzkoa.com