
HABILIDADES COMERCIALES



FORMACIÓN GRATUITA

CONVOCATORIA FORMACIÓN OFERTA SECTORIAL ESTATAL

- **DURACIÓN:** 60 horas
- **MODALIDAD:** Teleformación
- **OBJETIVO GENERAL:**

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.

CONTENIDOS:

1. PROACTIVIDAD COMERCIAL.

- 1.1. La importancia de ser proactivo.
- 1.2. El esfuerzo continuado.
- 1.3. La orientación al cliente.
- 1.4. La imagen que transmitimos al cliente.
- 1.5. Planificación y optimización de recursos.
- 1.6. Reglas para ser Proactivos.

2. LA ATENCIÓN Y GESTIÓN TELEFÓNICA DE CLIENTES.

- 2.1. La Orientación al Cliente.
- 2.2. Proceso de asesoramiento comercial a clientes.
- 2.3. Atención de las necesidades del cliente.
- 2.4. Incrementar el valor de los clientes actuales.
- 2.5. Elementos que interviene en la comunicación.
- 2.6. La expresión verbal.
- 2.7. El lenguaje positivo y negativo.
- 2.8. La entonación.
- 2.9. La articulación.
- 2.10. La escucha activa.
- 2.11. Descubrir necesidades.
- 2.12. Llamadas de petición de información.
- 2.13. Tratamiento de reclamaciones.

3. LA ENTREVISTA COMERCIAL.

- 3.1. Preparación de la Entrevista Comercial.
- 3.2. La entrevista comercial y la Comunicación.
- 3.3. Estructura de la Comunicación.
- 3.4. La Comunicación No Verbal.
- 3.5. La mirada, los gestos y posturas, la voz.
- 3.6. La Comunicación Verbal.
- 3.7. El saludo y la presentación.
- 3.8. La detección de necesidades.

- 3.9. Las preguntas.
- 3.10. La escucha activa y la empatía.
- 3.11. La capacidad de sintonizar emocionalmente con la otra persona.
- 3.12. Las habilidades comerciales como Emisores y como Receptores de la comunicación.
- 3.13. Defectos y barreras para una buena Comunicación.

4. CONVERTIR OPORTUNIDADES EN NECESIDADES.

- 4.1. El proceso comercial y la detección de oportunidades.
- 4.2. Proceso de asesoramiento comercial a clientes.
- 4.3. Atención de las necesidades del cliente.
- 4.4. Incrementar el valor de los clientes actuales.
- 4.5. La venta cruzada.
- 4.6. Beneficios de la venta cruzada.
- 4.7. Cómo enfocar la venta cruzada.
- 4.8. Generación de confianza.

5. ARGUMENTACIÓN COMERCIAL.

- 5.1. Las características del producto o servicio.
- 5.2. Las ventajas comerciales del producto o servicio.
- 5.3. 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.
- 5.7. Secuencia de la Argumentación Comercial: Presentación de Beneficios.
- 5.8. La argumentación: esquema a seguir.
- 5.9. Algunas recomendaciones prácticas para la Argumentación Comercial.

6. TRATAMIENTO DE OBJECIONES.

- 6.1. Tratamiento de objeciones.
- 6.2. Qué debemos hacer cuando el cliente dice 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.

7. EL CIERRE DE VENTAS.

- 7.1. Actividad.
- 7.2. El cierre de la venta.
- 7.3. Fases en el proceso de cierre de la venta.
- 7.4. Las señales de compra.
- 7.5. Algunos tipos de señales de interés.
- 7.6. Requisitos para el cierre de venta.
- 7.7. Técnicas de cierre.

8. FIDELIZACIÓN Y SEGUIMIENTO DE CLIENTES.

- 8.1. Concepto de fidelización de clientes.
- 8.2. Gestión de clientes.
- 8.3. Vinculación de clientes.
- 8.4. Ventajas de la fidelización.
- 8.5. Factores de fidelización.

9. ATENCIÓN EFICAZ AL CLIENTE.

- 9.1. La orientación al cliente.
- 9.2. La comunicación con el cliente.
- 9.3. Escuchar al cliente.
- 9.4. La importancia de la imagen.
- 9.5. Evitar una imagen negativa.
- 9.6. La expresión verbal.
- 9.7. La calidad de la voz.

- 9.8. Comunicación no verbal.
- 9.9. La oficina o establecimiento, y el puesto de trabajo.
- 9.10. Cómo tratar a nuestros clientes según su actitud.
- 9.11. El cliente que asiente o permanece en silencio.
- 9.12. El cliente impulsivo y el cliente indeciso.
- 9.13. El cliente que se da importancia y lo sabe todo.
- 9.14. El cliente riguroso y minucioso.
- 9.15. El cliente rudo y polémico.
- 9.16. El cliente hablador.
- 9.17. El cliente desconfiado y escéptico.
- 9.18. Tratamiento de quejas y reclamaciones.
- 9.19. Recomendaciones finales.

10. LA COMUNICACIÓN Y EL LENGUAJE NO VERBAL PARA EL ÉXITO DE LA VENTA.

- 10.1. El proceso de la venta y la comunicación.
- 10.2. Estructura de la comunicación.
- 10.3. Preparación de la venta.
- 10.4. La venta.
- 10.5. La comunicación no verbal.
- 10.6. La mirada.
- 10.7. Los gestos y posturas.
- 10.8. La voz.
- 10.9. Comunicación verbal: la primera impresión.
- 10.10. Recomendaciones para la presentación.
- 10.11. La detección de necesidades.
- 10.12. Las preguntas.
- 10.13. La escucha activa.
- 10.14. Actividad "La Escucha Activa".
- 10.15. La empatía.
- 10.16. Sintonía emocional.
- 10.17. Habilidades como emisores.
- 10.18. Habilidades como receptores.
- 10.19. Barreras en la comunicación.

11. TÉCNICAS EFICACES PARA EL CIERRE DE VENTAS.

- 11.1. El cierre de venta.
- 11.2. Fases en el proceso de cierre de la venta.
- 11.3. Señales de compra.
- 11.4. Algunos tipos de señales de interés.
- 11.5. Requisitos para el cierre de venta.
- 11.6. Técnicas de cierre (I).
- 11.7. Recordemos que...
- 11.8. Después del cierre.
- 11.9. Actividad.
- 11.10. El Cierre Venta.
- 11.11. Seguimiento de la venta.