



Curso Online de Estrategias de Negociación Comercial y Cierre de Ventas

Conozca y domine los puntos clave de la negociación de ventas para superar el NO, aumentar su eficacia y obtener los mejores resultados.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

atcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Presentación

La gran diferencia entre un vendedor y un “profesional de las ventas” reside en que este último da muy pocas opciones a la improvisación. Con independencia del mercado o sector en el que trabaje, del tipo de producto o servicio que oferte, prevé sus propias circunstancias; él las crea y no se deja abandonar a su suerte.

Ellos controlan en todo momento cada uno de los pasos de la venta e intentan disponer de un método que les produzca una alta efectividad.

Este método implica una visión global de la venta. En este sentido, el cierre va íntimamente relacionado con el proceso de negociación. Si las técnicas de negociación no son las adecuadas, el proceso de cierre se complica definitivamente. Igualmente, si se es un notable negociador pero se falla en el proceso del cierre, el trabajo que se haya hecho previamente por muy brillante que sea, se puede perder. No importa el tipo de producto o servicio ni el nivel de su interlocutor, su alta o baja efectividad dependerá de estos dos conceptos: **NEGOCIACIÓN** y **CIERRE**.

En este curso podrá conocer las técnicas de negociación más eficaces para adaptarlas a la venta de su producto o servicio y obtener así los mejores resultados logrando la satisfacción y fidelización de sus clientes.

La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación.

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1 La posibilidad de **escoger** el momento y lugar más adecuado para su formación.

2 **Interactuar** con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 **Aumentar sus capacidades** y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4 **Trabajar** con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Objetivos del curso:

- Conocer las técnicas de negociación y cierre más efectivas según el tipo de producto o cliente.
- Qué información necesitamos para conocer el perfil de cada cliente y su capacidad y comportamiento de compra.
- Cómo determinar cuáles son las principales motivaciones de compra de nuestro cliente y cómo inciden en ellas la lógica y las emociones.
- Saber preparar argumentos y técnicas específicas para hacer frente a las objeciones de los clientes.
- Actualizar nuestro estilo de venta, evitando las rutinas y aumentando así las posibilidades de éxito.
- Cómo es el proceso de negociación y cuáles son sus distintas etapas.
- Cómo mejorar las habilidades de entrevista y negociación.
- Cómo conducir y controlar una entrevista de ventas.
- Adquirir una mayor seguridad ante el cliente en el proceso de venta para lograr vender más y mejor.
- Cómo relacionarse con unos compradores cada vez más exigentes y preparados.

“ La alta o baja efectividad de un vendedor dependerá de su capacidad para controlar la negociación y efectuar el cierre de la venta ”

Dirigido a:

Vendedores, Directores Comerciales, de Ventas, Key Accounts Managers, delegados y ejecutivos comerciales y cualquier otra persona que desempeñe un cargo relacionado con el área comercial y ventas tanto en el sector industrial como de servicios.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

6 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Introducción

1 hora

En un entorno difícil, muy competido y con mercados con mucha oferta y escasez de demanda, hoy más que nunca el éxito de la venta estará al lado de aquellas personas e instituciones que defiendan, fomenten y practiquen técnicas efectivas de negociación para el cierre de la venta.

1.1. Objetivos del curso.

MÓDULO 2. Qué es “negociar para vender”. Trabaja tu actitud

3 horas

Negociar es una habilidad central no solo en la vida profesional de una persona, también en la personal. En el campo de la venta es frecuente constatar que dos vendedores (aunque tengan el mismo producto y ejerzan en la misma zona geográfica), venden uno más que el otro de manera recurrente. El objetivo que persigue la negociación en ventas es vender. Y el que lo hace mejor, vende más. Así pues, los méritos inherentes a una venta no son solamente del producto/servicio o zona en que trabaja, vender es una habilidad gracias a la cual el que la posee, vende más.

2.1. ¿El buen vendedor nace o se hace?

2.2. La motivación del vendedor:

2.2.1. ¿Qué hacer para automotivarse?

MÓDULO 3. Cómo conseguir citas con clientes potenciales

3 horas

Usar el teléfono para concertar visitas o vender está en auge en los tiempos actuales. No es fácil vender por teléfono, pero una vez que has adquirido esta habilidad, puede convertirse en un importante instrumento de marketing.

Este módulo proporciona algunas recomendaciones específicas para concertar citas por teléfono, considerando además los aspectos críticos de la negociación telefónica.

3.1. Mención especial a “la recepcionista”.

3.2. Algunas recomendaciones específicas para concertar citas por teléfono:

3.2.1. Sencillez.

3.2.2. Gestiona bien los primeros segundos:

3.2.2.1. Cómo construir un mensaje de presentación impactante, de un minuto de duración.

3.2.3. Naturalidad.

3.2.4. Ensayar.

3.2.5. Trata de emanar amistad y confianza.

3.3. Aspectos críticos de la negociación telefónica:

3.3.1. Los peligros de la negociación telefónica.

3.3.2. A qué ayuda la negociación telefónica.

3.3.3. Cosas que puedes hacer en beneficio propio, en negociación telefónica.

MÓDULO 4. Preparar la entrevista

13 horas

4.1. Puntos esenciales de la preparación de la entrevista:

4.1.1. La preparación del aspecto formal.

4.1.2. La preparación mental.

4.2. Puntos esenciales de la preparación de la entrevista en la orientación competitiva:

4.2.1. El plazo para negociar.

4.2.2. Los objetivos de ambas partes.

4.2.3. Las fuentes de información clave.

4.2.4. Planificar las concesiones.

4.3. Preparación en la orientación cooperativa:

4.3.1. Intereses y opciones:

4.3.1.1. Mis intereses.

4.3.1.2. Sus intereses.

4.3.1.3. Prepara diversas opciones negociadoras.

4.3.2. Legitimar nuestras opciones negociadoras.

4.3.3. Generarse alternativas.

4.4. Aspectos complementarios en la preparación de la entrevista:

4.4.1. ¿Dónde es más conveniente llevar a cabo la entrevista?

4.4.2. ¿Me conviene negociar solo o acompañado?

4.4.3. Lista de comprobación.

MÓDULO 5. Negociando

20 horas

5.1. El inicio de la entrevista:

- 5.1.1. La entrada en la habitación.
- 5.1.2. ¿Y si el cliente viene a nuestro despacho?
- 5.1.3. Dónde sentarse en la mesa de reuniones.

5.2. Negociar a la manera competitivo-defensiva: ¿en qué consiste?

- 5.2.1. Pautas para negociar.
- 5.2.2. Reglas básicas a tener muy en cuenta al empezar.
- 5.2.3. El juego de hacer y recibir concesiones.
- 5.2.4. La gestión del plazo para negociar.
- 5.2.5. Más sobre la compra-venta en modo competitivo.
- 5.2.6. Los inconvenientes de la negociación competitiva.

5.3. La negociación cooperativa según el modelo de Fisher y Ury:

- 5.3.1. Los objetivos del modelo.
- 5.3.2. En qué consiste.

5.4. Cómo desactivar a un negociador competitivo:

- 5.4.1. Ensayo técnicas orientales de confrontación.

MÓDULO 6. El objetivo es cerrar la venta

20 horas

La negociación ha de ser el camino que nos conduce hacia el objetivo final: cerrar la venta. Por tanto, sea cual sea la orientación negociadora que finalmente prevalezca en nuestra entrevista comercial necesitamos hacer tres cosas bien: argumentar, superar objeciones y aprender a utilizar técnicas de cierre.

6.1. La argumentación:

- 6.1.1. Delimitación de la necesidad del cliente: sondeo abierto y sondeo cerrado.
- 6.1.2. Conocimiento del producto o servicio: características, ventajas, beneficios y pruebas... para satisfacer la necesidad.

6.2. Superación de objeciones:

- 6.2.1. Siete maneras de superar objeciones.

6.3. Cierre de la venta:

- 6.3.1. ¿Cómo identificar las señales de compra que emite el cliente?
- 6.3.2. Siete maneras de cerrar la venta.
- 6.3.3. Otras pequeñas grandes técnicas de cierre, complementarias.
- 6.3.4. ¿Y si la negociación se estanca?

6.3.5. A modo de conclusión.

6.4. Tipologías de clientes.

6.5. Tratamiento de clientes difíciles:

6.5.1. Un cliente difícil es un regalo.

6.5.2. Por qué los clientes se ponen difíciles.

6.5.3. Los cinco estilos de interacción en un conflicto.

6.5.4. Los cuatro estadios de solución de un conflicto.

6.5.5. Escucha, clarifica, resume e implica.

6.5.6. El re-enmarcado.

6.5.7. Buscando soluciones.

6.5.8. Pasos para ganar la confianza de nuestro cliente.

6.6. Fidelización de clientes:

6.6.1. Diez cosas que puedes hacer para que tu cliente responda positivamente.

6.6.2. Palabras que venden y palabras que no venden.

6.6.3. Ama al cliente.

Autor



Antoni Valls

Consultor en Desarrollo Directivo de **HUMAN SUCCES**[®].

Profesor colaborador de la Barcelona *Management School* (Universitat Pompeu Fabra) desde 1994, especializado en habilidades personales, comerciales y de dirección. Profesor visitante asiduo en diversas universidades y escuelas de negocios, presta así mismo sus servicios a diversas empresas e instituciones públicas y privadas. Es autor de nueve libros de referencia sobre *management*.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

