



Best

La venta de alto rendimiento

Proceso de venta centrado en el cliente | customer centric selling

 Blended

Duración : 2 días (14 horas)

Ref. : 8508

Precio 1er inscrito : 990,00 € IVA exento
2º inscrito y sucesivos 792,00 € IVA exento
Bonificable por asistente: 182,00 €

Precio In-Company : 4.860,00 € IVA exento
Bonificable por grupo de 10 asistentes: 1.820,00 €

Best

- ¿Preparas tus visitas en cliente? ... ¿conoces su entorno, sus motivaciones, sus objetivos?
- ¿Estás seguro de dar respuesta a las verdaderas expectativas de tus Clientes?
- ¿Tienes en cuenta el proceso de decisión de compra?, ¿Las dimensiones relacionales y emocionales?

**¿Te interesa este curso
en formato 100% digital?**

Contáctanos

Objetivos de la formación

- Estructurar el proceso de venta y prepararse para entender al Cliente, su entorno y sus necesidades.
- Llevar un enfoque colaborativo teniendo en cuenta el proceso de toma de decisiones del Cliente.
- Comprender las necesidades explícitas e implícitas del Comprador para ajustarse a sus necesidades y sus motivaciones.
- Trabajar la empatía para integrar los aspectos emocionales y relacionales del Cliente.
- Llevar la reunión con el objetivo de buscar el acuerdo.
- Establecer relaciones de confianza.

Dirigido a:

- Consultores y profesionales del área comercial que deseen revisar sus prácticas o incorporar técnicas adicionales en su proceso de venta.

Contenido

1. Pensar de forma diferente

- Factor clave de éxito en la venta: el cliente.
 - La verdad sobre la venta: la perspectiva del cliente.
- Un proceso de venta que coincida con la visión del cliente.

- Planificación del proceso de venta.
- Habilidades técnicas y comportamientos requeridos en cada etapa.
- Visión global del proceso de venta centrado en el comprador.

2. Prepararse para el éxito compartido

- Comenzar con la idea en mente de tener éxito.
 - La lógica invertida en el proceso de venta.
- Definir objetivos de éxito: Objetivos PCP.
- Cuatro piezas del "puzzle" de preparación.
- El toque final: la preparación
 - La primera impresión.
 - 7 formas eficaces de construir la relación.
 - Descifrar el estilo del cliente.

3. Descubrir el mundo oculto del cliente

- Las diferentes motivaciones de compra.
 - Las 6 fuentes de motivación de compra.
 - ¿Cómo usar las motivaciones de SUCASO de manera práctica?
- El arte de preguntar.
 - Hacer las buenas preguntas.
 - Ir más allá de la evidencia para comprender mejor al cliente.
- La llave para obtener más información: la escucha activa.
 - Errores a evitar en la comunicación.
 - Técnicas de escucha activa.

4. Presentar la propuesta

- Validar la comprensión.
 - Los peligros inminentes.
 - Cumplir con las expectativas del cliente.
- Adaptar la solución conforme a las necesidades detectadas.
- Adaptar nuestro estilo al del cliente.

5. Llevar el cliente hacia el acuerdo mutuo

- Gestionar objeciones.
 - La construcción de objeciones en la mente del cliente.
 - Método de los 4 pasos para tratar las objeciones.
- Llevar al cliente al acuerdo final.
 - Los desafíos racionales y emocionales en ambos lados.
 - Cierre: la responsabilidad del vendedor.
 - Cerrar la venta.
 - Manejar la venta sin cierre.

6. Construir el éxito a largo plazo

- Cumplir la promesa:
 - Componentes de éxito en el seguimiento.
 - El comercial como líder del proyecto.
 - La comunicación, clave para tener éxito en el seguimiento.

Módulos de formación online opcionales:

- Ponerse en lugar del cliente.
- Preparar la venta para lograr el éxito compartido.

- Descubrir el mundo secreto del comprador.
- Presentar su oferta con pasión.
- Concretar un acuerdo mutuamente satisfactorio.
- Construir el éxito compartido a largo plazo.

Comprender los 5 deseos del comprador



- 1]** «Sentirse importante».
- 2]** «Ser escuchado y entendido».
- 3]** «Recibir una propuesta adaptada».
- 4]** «Tomar la decisión correcta».
- 5]** «Continuar siendo importante».

Beneficios adicionales

Beneficios para el participante:

- A corto plazo, abordar la venta desde el punto de vista del cliente para centrarse en sus intereses y responder a ellos lo mejor posible.
- A medio plazo, diferenciarse de los competidores y adquirir una mayor habilidad de venta y un mayor grado de empatía con el Cliente.
- A largo plazo, adquirir el hábito de centrarse en el Cliente para conservar su fidelidad manteniendo su satisfacción en términos de atención, servicio y relación personal.

Espacio de aprendizaje 365:

LearningHub
@Cegos

Hub de contenidos y actividades para aprender y trabajar a tu ritmo.

Fechas y ciudades 2021 - Référence

Madrid

De 15 abr A 16 abr

De 10 jun A 11 jun