

Comercial para no comerciales

Curso práctico de 2 días - 14h

Ref.: CIL - Precio 2025: 1 030€ sin IVA

¿Cómo puede adoptar una postura comercial en el contexto de su actividad empresarial para aumentar el valor de sus acciones y proyectos? Experimentará las técnicas de comunicación comercial más eficaces para identificar una necesidad, recabar información y calibrar su discurso de venta a un cliente interno o externo.

OBJETIVOS PEDAGÓGICOS

Al término de la formación, el alumno podrá:

Desarrollar una postura comercial para vender mejor su oferta o proyecto

Superar las ideas preconcebidas sobre el enfoque de ventas

Dominar las etapas de una entrevista centrada en las necesidades y expectativas del cliente

Argumentar en términos de beneficios para su interlocutor/cliente

Dirigir una presentación estructurada y dinámica de su oferta

MÉTODOS PEDAGÓGICOS

Métodos de enseñanza activos y participativos. Alternancia teoría/práctica con aplicación al contexto y experiencia de los participantes.

Juegos de rol y ejercicios situacionales seguidos de una sesión informativa en grupo sobre las técnicas utilizadas.

PROGRAMA

última actualización: 06/2024

1) Adoptar una actitud comercial

- Descubrir qué es realmente el espíritu comercial, más allá de las apariencias.
- El papel del vendedor.
- Establecer un mapa de las diferentes etapas de la relación cliente/posible cliente.
- Aprender a presentarse y establecer contacto. Puntos a tener en cuenta al presentar tu empresa.
- Aprender a presentarse ante un cliente: las diferencias con respecto a un posible cliente.
- Proponer un plan de mantenimiento a su cliente.
- Observar, escuchar, preguntar y reformular.
- Descodificación del comportamiento del cliente: postura, gestos, voz, ojos, expresión facial.
- Conocer su oferta y saber cómo hablar de ella.
- Utilizar la optimización de los motores de búsqueda para descubrir nuevos clientes potenciales.

Escenario : Presente su empresa y su oferta en un minuto. Debriefing en grupo.

2) Superar sus obstáculos

- Descubrir sus "creencias limitantes" en su enfoque de ventas.
- Dar un paso atrás para ser perspicaz y objetivo.
- Superar sus miedos: los pasos a seguir.
- Transmitir su entusiasmo: amar y creer en su producto, utilizar un lenguaje constructivo.
- Observar el comportamiento de su interlocutor.
- El efecto "iceberg": el consciente y el subconsciente.

Escenario : Afrontar una situación cara a cara y transmitir una emoción positiva. Debriefing en grupo.

PARTICIPANTES

Cualquier persona que desee desarrollar sus habilidades comerciales y/o comprender la lógica de un enfoque de ventas.

REQUISITOS PREVIOS

No se requieren conocimientos especiales.

COMPETENCIAS DEL FORMADOR

Los expertos que imparten la formación son especialistas en las materias tratadas. Han sido validados por nuestros equipos pedagógicos, tanto en el plano de los conocimientos profesionales como en el de la pedagogía, para cada curso que imparten. Cuentan al menos con entre cinco y diez años de experiencia en su área y ocupan o han ocupado puestos de responsabilidad en empresas.

MODALIDADES DE EVALUACIÓN

El formador evalúa los progresos pedagógicos del participante a lo largo de toda la formación mediante preguntas de opción múltiple, escenificaciones de situaciones, trabajos prácticos, etc. El participante también completará una prueba de posicionamiento previo y posterior para validar las competencias adquiridas.

MEDIOS PEDAGÓGICOS Y TÉCNICOS

- Los medios pedagógicos y los métodos de enseñanza utilizados son principalmente: ayudas audiovisuales, documentación y soporte de cursos, ejercicios prácticos de aplicación y ejercicios corregidos para los cursillos prácticos, estudios de casos o presentación de casos reales para los seminarios de formación.
- Al final de cada cursillo o seminario, ORSYS facilita a los participantes un cuestionario de evaluación del curso que analizarán luego nuestros equipos pedagógicos.
- Al final de la formación se entrega una hoja de presencia por cada media jornada de presencia, así como un certificado de fin de formación si el alumno ha asistido a la totalidad de la sesión.

MODALIDADES Y PLAZOS DE ACCESO

La inscripción debe estar finalizada 24 horas antes del inicio de la formación.

ACCESIBILIDAD DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

¿Tiene alguna necesidad específica de accesibilidad? Póngase en contacto con la Sra. FOSSE, interlocutora sobre discapacidad, en la siguiente dirección psh-accueil@orsys.fr para estudiar de la mejor forma posible su solicitud y su viabilidad.

3) Descubrir las necesidades potenciales de sus contactos

- Dominar el arte de preguntar durante una entrevista. Los distintos tipos de preguntas.
- Hacer preguntas durante la fase de descubrimiento.
- Tomar el tiempo de reformular las respuestas de la otra persona para comprobarlas y tranquilizarla.
- Utilizar la reformulación: centrarse, hacerse eco, resumir.
- Aprender a centrarse en la persona con la que se habla: empatía y escucha.
- Sincronízate con la otra persona, utiliza el mismo lenguaje.
- Comprender los distintos tipos de necesidades: funcionales, racionales y psicológicas.
- Selección de las palancas de motivación del cliente: SONCAS.
- Identificar áreas de mejora en el servicio o producto ofrecido.

Escenario : Entrevista de formación para identificar las necesidades. Sesión informativa en grupo.

4) Despertar el interés de sus contactos

- Sugerir en lugar de afirmar.
- Adoptar la postura correcta al proponer su oferta de venta.
- Encontrar un punto de interés en la situación actual.
- Facilitar la información con moderación.
- Poner ejemplos, ilustrar su discurso.
- Prepararse para la siguiente etapa, desarrollar una fase de transición.
- Exponer su propuesta.

Escenario : Practicar cara a cara para despertar el interés del interlocutor. Debriefing en grupo.

5) Desarrollar un discurso de ventas

- Construir un discurso de ventas utilizando la herramienta SONCAS.
- Aprovechar las necesidades detectadas.
- Desarrollar argumentos que correspondan a las necesidades expresadas: argumentación selectiva.
- Destacar los puntos fuertes de su oferta.
- No niegues sus puntos débiles y aprovéchalos.
- Escuchar y aceptar las objeciones de los clientes. Responder sin agresividad.
- Concluir la entrevista. Identificar las señales positivas del entrevistador.

Escenario : Formación en argumentos de venta: desarrollar un argumento de venta para un producto u oferta y, a continuación, presentar dos argumentos SONCAS basados en las necesidades expresadas. Debriefing en grupo.

6) Dirigirse a un público

- Preparación de elementos y equipos de presentación.
- Aprender a enmarcar una presentación de ventas.
- Exponer el objetivo, desarrollar el contenido explicando, anunciar un plan, repetir los puntos principales, concluir resumiendo.
- Dar vida a una presentación. Estimular la atención del público.
- Comprender todos los tipos de necesidades psicológicas.
- Afrontar los interrogantes y las contradicciones.
- Hacer que la fase de preguntas sea eficaz y constructiva.

Escenario : Presentación ante un público y gestión de las reacciones. Debriefing en grupo.

FECHAS

Contacto