



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### Presentación del Programa

#### ¿POR QUÉ ESTE PROGRAMA?

Se origina a partir de la constatación de que en

- La Venta Personal sigue siendo el mejor medio de conexión con los clientes en muchos sectores y tiene una especial relevancia en la venta de productos y soluciones complejas.
- Muchas empresas mantiene actualizada la formación en producto para sus comerciales, pero no todas tiene en cuenta la necesidad de revisión y reciclaje de las técnicas de venta que sus comerciales utilizan.
- El tipo de formación eficaz es el que se basa en contenidos secuenciales que pueden consumirse sucesivamente y ofrecen posibilidad de practicar.
- El grado de adhesión de los participantes en la formación es directamente proporcional al uso de métodos interactivos y feedback inmediato.

Pero no todas las empresas cuentan con programas eficaces que reciclen periódicamente los temas básicos de venta personal. Para ellos la finalidad es clara: mejorar la productividad de los participantes.

En otros casos, personas con historiales distintos a la venta desean incorporarse a esa actividad y agradecerán un enfoque experiencial.

Y, muy frecuentemente, otras personas optan por la emprendeduría, pero no disponen de formación sobre los principios básicos de la actividad de ventas aunque en muchos casos, deben desarrollar personalmente en las etapas iniciales del proyecto.

Las habilidades en venta personal, adaptadas muy específicamente a B2B y Servicios como sectores más prometedores, pueden dar a los participantes una ventaja diferencial en los procesos de selección.



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### Presentación del Programa

#### ¿ A QUIÉN LE RESULTARÁ RENTABLE?

Si hace tiempo que no ha ofrecido actualización en ventas a sus comerciales,

si el tamaño de su empresa no le permite pensar en cursos a medida,

si sus comerciales están dispersos por el territorio,

si es un emprendedor sin ninguna experiencia comercial,

el formato on line autoejecutable lo hace muy indicado para empresas que desean reciclar a su personal de ventas con una visión actualizada adecuada a la situación actual, sin tener que apartarlos del trabajo diario.

Si se inicia en la venta, agradecerá la practicidad del Curso.

Si lleva años vendiendo, recuerde la frase de Albert Einstein "Si quieres conseguir resultados distintos, no hagas siempre lo mismo".

#### ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

Para cada tema tendrás actualización de conceptos básicos, situaciones a resolver y juegos para que compruebes que lo has entendido.

Y muchos consejos para su aplicación práctica.

Después de cada tema se ofrece un juego para dominar 10 palabras inglesas específicas del tema tratado.

Una familia de vendedores te acompañará a lo largo de todo el programa compartiendo contigo sus mejores experiencias. Con distintas edades, diversas experiencias y trabajando en distintos sectores, te ayudarán a trasladar sus experiencias a tu sector.

Entre todos han conseguido un gran Curso Experiencial de Ventas versión 2021.



## 10 Temas Básicos de Ventas\_v 2022

### ¿ Por qué un Curso autoejecutable?

La respuesta a la demanda de muchas empresas de continuar formando y reciclando su personal de Ventas para superar los obstáculos derivados de la situación actual y sus consecuencias previsibles.

El Curso es interactivo y está soportado por los principios del storytelling i el gaming.

Esto permite salvar varias barreras

- **La barrera de los desplazamientos** : hoy los cursos presenciales están desaconsejados en muchas empresas, así como los desplazamientos de formadores y supervisores.
- **La barrera de los horarios**: los participantes pueden consumir los contenidos en el momento y al ritmo que les convenga, sin la tiranía de los horarios de teleconferencias.
- **La barrera de las comunicaciones**: las dificultades que en la práctica se producen por la diversidad de programas usados en las telecomunicaciones y les coberturas más o menos fiables en función de la zona.
- **La barrera del “dejà vu”** que aparece en muchos vendedores profesionales cuando se quieren reciclar temas básicos de ventas que la rutina ha podido desdibujar y que se estima necesario recordar y actualizar.

Los participantes son invitados a realizar muchas prácticas en cada tema .

La experiencia del consultor se transforma en un feed-back

- sensible al punto tratado,
- de alta calidad
- actualizado al momento presente
- inmediato



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### Es también un catálogo de temas para Workshops- In Company

Los temas de este curso están preparados para facilitar su uso en talleres de aplicación práctica a media para empresas.

Estos talleres de aplicación – siempre presenciales – pueden complementar y actualizar la formación de comerciales si se usan como apoyo formativo a

- Lanzamientos de productos
- Cambios en políticas de distribución.
- Reuniones periódicas con el equipo propio
- Animación del equipo comercial de distribuidores, etc.

Dependiendo del tema escogido, la duración del Workshop oscila entre 3 y 5 horas por tema.

En todo caso, el Curso incorpora una mínimo de 3 horas de contacto previo entre la empresa y el consultor para conseguir la máxima personalización.



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 1 LA FUNCIÓN COMERCIAL

Si lees esto, es que has escogido una profesión que implica un grado elevado de relación con otras personas, con la finalidad de que adquieran los servicios que ofrece tu empresa.

Y es precisamente el tipo de relación que queremos establecer, lo que ha variado substancialmente en los últimos años, al colocar al cliente en el centro de nuestro proceso de negocio.

#### ☰ Los personajes de la historia

Lesson

#### ☰ ¿Qué es vender?

Lesson

#### ☰ ¿Qué es un cliente?

Lesson

#### ☰ ¿Qué valor aporta el vendedor?

Lesson

#### ☰ El vendedor como profesional

Lesson

#### 🔍 Frases para reflexionar

Quiz

#### ☰ Dímelo en Inglés 1

Lesson



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 2 PROSPECCIÓN

“LA PROSPECCIÓN es el primer paso en el proceso de ventas. Es un proceso destinado a localizar y cualificar nuevas oportunidades de venta.

¿Por qué resulta tan difícil empezar, profundizar y mantener una actividad regular de prospección?

¿Cómo aprovechar al máximo los recursos personales ?

¿Cómo adaptar los medios de prospección a un mundo comercial cada vez más virtual?

#### ≡ EL OBJETIVO DE LA PROSPECCIÓN

Lesson

#### ≡ LAS BASES PARA OBTENER MÁS RESPUESTAS EN PROSPECCIÓN

Lesson

#### ≡ DE OPORTUNIDADES A PEDIDOS

Lesson

#### 🔍 ANALIZANDO UN FUNNEL

Quiz

#### ≡ GENERANDO LEADS

Lesson

#### 🔍 ¿Y ESO ES ASÍ DE FÁCIL?

Quiz

#### ≡ DÍMELO EN INGLÉS 2

Lesson



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 3 ESTABLECIENDO EL CONTACTO

Cuando ya hemos conseguido saber con qué prospects queremos conectar, empieza la parte de la venta en la que nuestra actitud y nuestras conversaciones determinan nuestra capacidad de generar relaciones y ejercer influencia sobre las decisiones de los clientes.

Hablamos todo el día. Sin embargo, no nos damos cuenta de la importancia de seleccionar bien las palabras que usamos, sobre todo en nuestro día a día profesional.

Solo con cambiar una palabra, o el orden de una frase, podemos cambiar completamente la actitud y percepción de nuestro oyente.

#### ≡ SENTIRSE CÓMODO EN SITUACIONES INCÓMODAS

Lesson

#### ≡ EL PRIMER CONTACTO PERSONAL

Lesson

#### ≡ ESCUCHA ACTIVAMENTE

Lesson

#### ≡ EL PODER DE LAS PALABRAS

Lesson

#### ≡ CONSTRUYE TU TARJETA DE VISITA EN AUDIO

Lesson

#### ≡ FILTROS O ALIADOS

Lesson

#### ≡ VENTAS PERDIDAS EN FASE DE CONTACTO

Lesson

#### ≡ DÍMELO EN INGLÉS 3

Lesson



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 4 ARGUMENTACIÓN Y DEMOSTRACIÓN

Para cerrar una venta, debemos conseguir que el cliente responda a nuestro favor a sus preguntas lógicas:

**"Puede que sea bueno..."**

**"Pero en mi caso ¿Me conviene?"**

**"¿Por qué tengo que comprar esto y no otros?"**

**"¿Por qué ahora?"**

Es vital encontrar los argumentos adecuados, convertir las características del producto en ventajas y beneficios y entender que hay dos grandes fuerzas en acción: la razón y la emoción.

#### ≡ ¿QUÉ NOS COMPRAN LOS CLIENTES?

Lesson

#### 🔍 ENTRENA CVB's

Quiz

#### ≡ RAZONES Y EMOCIONES

Lesson

#### ≡ RAZONES FUERZA

Lesson

#### ≡ DEMOSTRACIÓN

Lesson

#### ≡ VENTAS PERDIDAS POR ARGUMENTACIÓN O DEMOSTRACIÓN

Lesson

#### ≡ Dímelo en inglés 4

Lesson



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 5 OBJECIONES: ENTENDER PARA GESTIONAR

*"No estoy interesado"*

*"No tengo tiempo"*

*"Si me funciona lo que tengo, ¿por qué voy a cambiar?"*

Nos enfrentamos constantemente a los **frenos del cliente**, que le impiden tomar la decisión que nosotros le proponemos. ¿Cómo manejar bien las objeciones? **¿Cómo hacerle ver que nuestra propuesta puede ser beneficiosa para él?**

**Aprende a ser el crack de las objeciones ¡Que no se te escape ni una!**

#### ≡ LAS OBJECIONES : ¿QUÉ SON Y POR QUÉ SE PRODUCEN?

Lesson

#### ≡ LA ACTITUD ANTE LAS OBJECIONES

Lesson

#### ≡ OBJECIONES Y EXCUSAS

Lesson

#### ≡ MAPA DE TÉCNICAS

Lesson

#### ≡ VENTAS PERDIDAS POR TRATAMIENTO DE OBJECIONES

Lesson

#### ❓ ¿Y TÚ QUÉ HABRÍAS HECHO?

Quiz

#### ≡ DÍMELO EN INGLÉS 5

Lesson



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 6 OBJECIONES: GUÍA DE TRATAMIENTOS

Toda objeción significa un obstáculo en el camino hacia el cierre de la venta.

Pero la mejor técnica para proseguir el camino no pasa por enfrentarse al cliente y dinamitar el obstáculo. Se trata de rodear el obstáculo sin causar desperfectos en la relación con el cliente y reanudar la conversación con la mayor naturalidad buscando el cierre.

En este capítulo vamos a ofrecer un muestrario amplio de formas con las que el cliente expresa una objeción, acompañadas con las respuestas que nos han sugerido profesionales de éxito.

#### OBJECIONES DE PRECIO Y PRESUPUESTO

Lesson

#### OBJECIONES DE NECESIDAD

Lesson

#### OBJECIONES DE TIEMPO

Lesson

#### OBJECIONES DE AUTORIDAD

Lesson

#### OBJECIONES "COMODÍN"

Lesson

#### ENTRENA

Quiz

#### VENTAS PERDIDAS POR TRATAMIENTO DE OBJECIONES

Lesson

#### ¿Y TÚ QUÉ HABRÍAS HECHO?

Quiz

#### DÍMELO EN INGLÉS 6

Lesson



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 7 CIERRE: AYUDANDO A DECIDIR

¿Qué hacer después de resolver satisfactoriamente una objeción del cliente?

¿Es posible eliminar la tensión del cierre?

¿Las técnicas de cierre pueden arreglar una argumentación floja?

¿Es lógico abandonar en algún momento sin cerrar?

En este módulo vamos a ocuparnos de estas y más cuestiones relacionadas con el momento más esperado por un vendedor: la aceptación del cliente, el cierre del pedido.

El cierre es el proceso de ayudar al cliente a tomar una decisión que será beneficiosa para él, su familia o su organización.

#### LA TENSIÓN DEL CIERRE

Lesson

#### ¿CUÁNDO CERRAR?

Lesson

#### MAPA DE TÉCNICAS PARA FACILITAR EL CIERRE.

Lesson

#### CIERRE EN FUNCIÓN DE LA SITUACIÓN

Lesson

#### RACIONALIZANDO ESFUERZOS

Lesson

#### POST-MORTEM DE CIERRES FALLIDOS

Lesson

#### LA VENTA ADICIONAL

Lesson

#### DÍMELO EN INGLÉS 7

Lesson



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 8: ¿QUIÉN ES QUIÉN EN EL CLIENTE?

¿Cuántas ventas se han perdido por falta de conocimiento del funcionamiento de la toma de decisiones en la empresa cliente?

¿Cuántas ventas se han estancado porque nuestro mensaje no ha tenido en cuenta los intereses personales y/o funcionales de quiénes van a tomar las decisiones?

¿Cuántos esfuerzos se han malogrado porque los hemos aplicado a un interlocutor sin poder real de decisión?

¿Tenemos claro el rol y la influencia de cada uno de los componentes en distintos momentos del proceso de compra?

#### ≡ ¿QUIÉN ES QUIÉN EN EL CLIENTE?

Lesson

#### ≡ ¿QUIÉN INTERVIENE EN LA DMU?

Lesson

#### ≡ EL CASO RENOVA (1)

Lesson

#### ≡ MOMENTOS EN EL PROCESO DE DECISIÓN

Lesson

#### ≡ LAS RELACIONES DE PODER EN LA DMU

Lesson

#### 📝 EL CASO RENOVA (2)

Quiz

#### ≡ LOS ESPECIALISTAS PRESCRIPTORES

Lesson

#### ≡ LOS CAMINOS DE ENTRADA EN LA DMU

Lesson

#### ≡ LA INTEGRACIÓN EN EL CRM

Lesson

#### ≡ DÍMELO EN INGLÉS 8

Lesson



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 9: PLANIFICANDO

Como Agente de Ventas , tienes probablemente un objetivo a cumplir en un cierto periodo de tiempo.

Aún cuando este objetivo no te viniera impuesto por la empresa, tú, como profesional, deberías fijarte uno para que tu actuación tenga sentido y sea provechosa.

Planificar tiene sentido cuando queremos obtener un objetivo determinado y queremos hacer el mejor uso posible de los recursos disponibles de tal modo que nuestra actuación sea a la vez eficaz y eficiente.

#### ≡ ¿QUÉ SIGNIFICA PLANIFICAR?

Lesson

#### ≡ ¿QUÉ PODEMOS PLANIFICAR?

Lesson

#### 📋 ENTRENA

Quiz

#### ≡ SACANDO EL MÁXIMO PARTIDO DE TU TIEMPO

Lesson

#### ≡ VISITA PRESENCIAL Y VISITA VIRTUAL

Lesson

#### ≡ DÍMELO EN INGLÉS 9

Lesson



## 10 Temas Básicos de Ventas\_ v 2022

### TEMA 10: INTRODUCCIÓN A LA VENTA CONSULTIVA

“No es la más fuerte de las especies la que sobrevive, tampoco es la más inteligente la que sobrevive. Es aquella que se adapta mejor al cambio”.

Charles Darwin

#### LA HISTORIA DE CARLOS

Lesson

#### LAS VENTAS BAJAN

Lesson

#### LOS CONSEJOS DE LA CENTRAL

Lesson

#### EL REENFOQUE DEL PROCESO DE VENTA

Lesson

#### CONCLUSIÓN

Lesson

#### DÍMELO EN INGLÉS 10

Lesson

## Elementos de interactividad

### Emparejar conceptos

¿Quieres probar a conectar el ANTES y el AHORA de cada dimensión?

Arcuenta la casilla de la izquierda (ANTES) hasta la que creas que la sustituye la derecha (AHORA).

|                                                                            |                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| INTERACCIÓN PRIMARIA > Mucho contacto personal                             | Trabajo en casa y/o oficina compartida            |
| PERSONAS CLAVE A CONTACTAR > Alta Dirección y vendedores                   | Mercados inestables o estancado                   |
| ECONOMÍA > Crecimiento alto pero estable                                   | Desaceleración, con planes cambiantes             |
| LUGAR DE TRABAJO > Bastante trabajo de oficina. Oferta en casa del cliente | DMU más compleja y poca visibilidad de decisión   |
| CLIENTES > Planificando                                                    | El comprador evita el contacto personal           |
| MOMENTO DE CONTACTO > Cuando el comprador define una necesidad             | Cuando el comprador está aprendiendo a sobrevivir |

ENCUENTRA

### Clasificar

¿Te has quedado con lo importante sobre los HÍBRIDOS? Compruébalo clasificando las tarjetas:

Domina la comunicación, los mensajes y la venta consultiva

ANA AMALIA JUANJO MANUEL

### Hotspots



### Likert

Te invitamos a participar en nuestro estudio

Indica para cada uno de los temas el grado de dificultad que encuentras para adaptarte a la nueva normalidad híbrida en el mundo VUCA. El 1 indica que ahora te resulta más fácil y el 5 indica que ahora te resulta mucho más difícil. dificultad máxima y el 3 indica que no tienes ninguna dificultad en adaptarte. La posición 3 indica que te resulta igual, ni más fácil ni más difícil.

|                                                        | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|--------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Planificar mi trabajo                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Argumentar y hacer demostraciones                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Detectar oportunidades                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Conseguir entrevistas con los departamentos de Compras | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Reunir a personas que forman un Comité de Decisión     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Conocer necesidades y aspiraciones del cliente         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Detectar objeciones ocultas                            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Cerrar las operaciones                                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### Cuestionarios multiopción

Propuesta  
01/03

José tiene un funnel con muy pocos clientes en la fase 1 y por consiguiente, le has aconsejado .....

- ☐ Revisar su perfil de LinkedIn y Facebook. • Conseguir referencias de sus clientes actuales.
- ☐ Mejorar el tipo de mensaje en las entrevistas • Confirmar la capacidad de decisión de su interlocutor.
- ☐ Usar filtros para mejorar el perfil de contactos a seguir • Establecer una secuencia de contactos por distintos medios.

ENCUENTRA

### Descarga de documentos

DOC Tabla de sugerencias ladrones de tiempo.docx 18.3 KB

↓

### Videos



Agranda la imagen si necesitas instrucciones para activar los subtítulos

¿Quieres saber más?

¡No te pierdas este video!

### Escenarios multiopción

