



Consultative Selling: best practices & next practices

PRESENTACIÓN DEL CURSO

Con la migración de muchos clientes hacia la venta transaccional a través de Internet, las oportunidades más rentables se concentran en aquellas empresas que desean/necesitan un tipo de relación estable y consultiva con sus proveedores.

En ese tipo de relación, las técnicas de venta transaccional al uso se revelan ineficaces, cuando no contraproducentes.

En este Curso Executive Education en Venta Consultiva orientada a resultados conseguirás aprender los métodos de aproximación al cliente más efectivos en B2B y adquirirás soltura en la aplicación de las técnicas que se han demostrado eficaces.

En un contexto comercial caracterizado por la dualidad de aproximaciones, contarás con criterios para decidir cuando te conviene más inclinarte por la venta transaccional o la venta consultiva, así como los requisitos organizacionales necesarios para aplicarla con éxito.

Abordarás diferentes aspectos de la evolución de la Venta Consultiva en los últimos 30 años, conociendo y ejercitando en las mejores prácticas conocidas y también aquellas que apuntan como next practices, las tendencias de futuro.

Durante el curso conocerás 5 aproximaciones distintas recomendadas y aplicadas por distintas Consultoras. Verás cómo obtener lo mejor de cada una de ellas, cómo complementarlas en la Venta Consultiva y practicarás con ejemplos adecuados a cada caso.

Con una orientación teórico-práctica para amenizar el aprendizaje y fomentar la interacción de los participantes entre ellos y con el profesorado, con actividades prácticas para integrar los conceptos adquiridos.



Consultative Selling: best practices & next practices

¿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

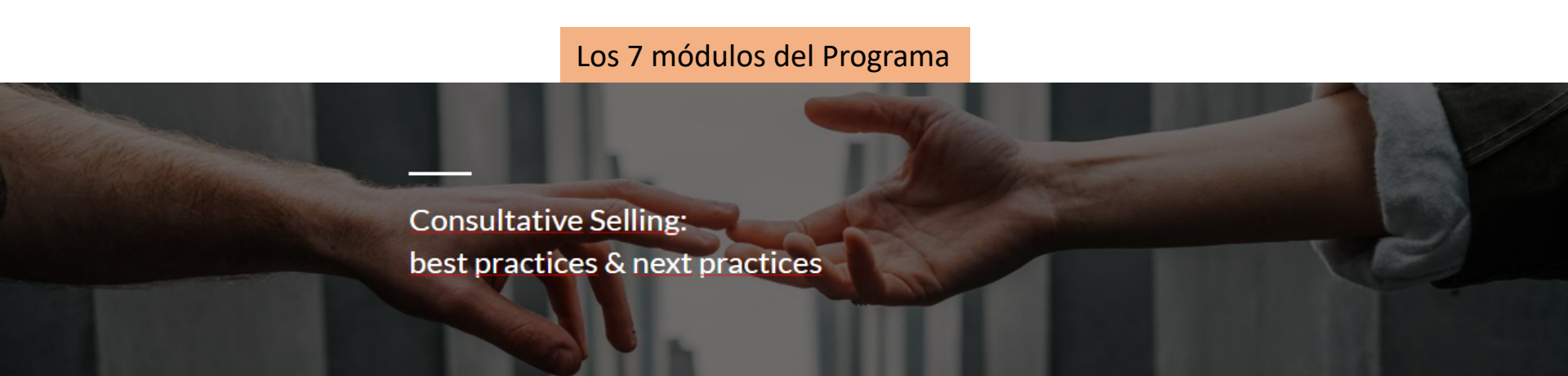


Consultative Selling: best practices & next practices

¿A quién le resultará rentable?

El Curso está pensado para

- Equipos de Ventas de B2B y KAM's
- Directores Comerciales y de Marketing,
- Jefes de Ventas y Supervisores
- Responsables de Formación Comercial
- Responsables de Sales Enablement.



Consultative Selling: best practices & next practices

La evolución hacia la venta consultiva

Érase una vez...

Érase una vez un mundo dónde las innovaciones se sucedían a un ritmo tal que daba tiempo para que los profesionales de la venta se adaptaran sin grandes cambios.

Érase una vez un mundo donde la demanda era superior a la oferta y las empresas podían disfrutar durante bastante tiempo de los beneficios de la innovación antes de ser copiados.

Érase una vez un mundo donde la venta se obtenía en base a la relación.

Érase una vez un mundo donde las empresas se disputaban a los buenos comisionistas.

Érase una vez...

LA EVOLUCIÓN HACIA LA VENTA CONSULTIVA.

≡ PRESENTACIÓN DEL CURSO
Lesson

≡ 40 AÑOS DE VENTA CONSULTIVA
Lesson



≡ LAS LIMITACIONES DE LA VENTA TRANSACCIONAL.
Lesson

≡ EL PASO A LA VENTA CONSULTIVA
Lesson

≡ RECORDANDO LA EVOLUCIÓN
Lesson



Consultative Selling: best practices & next practices

Segmentación en Marketing y Ventas

El cliente no compra los productos,
compra el producto del producto:
el resultado que él obtendrá con el
producto.

La segmentación por el valor buscado
por el cliente será la pieza clave para
seleccionar las tecnologías aplicables,
priorizar clientes y adjudicarles los
medios de venta óptimos.

≡ LA PIEZA CLAVE: LA PROPUESTA DE VALOR
Lesson

🔍 ENTRENA EN LAS TRES DIMENSIONES
Quiz

≡ SEGMENTANDO EN FUNCIÓN DEL VALOR BUSCADO
Lesson

≡ TECNOLOGÍAS DISTINTAS PARA DISTINTOS SEGMENTOS
Lesson

≡ ¿TECNOLOGÍAS DISTINTAS CON LOS MISMOS VENDEDORES?
Lesson



Consultative Selling: best practices & next practices

La aportación de Miller & Heiman

En la década de los 70 Xerox introduce su PSS (Professional Selling Skills) que pone las necesidades del cliente en el centro de la metodología de ventas.

En la década de 1980 Robert B. Miller y Stephen E. Heiman publican dos obras que marcan un hito con la aparición de una nueva metodología centrada en el análisis de la situación del cliente y la optimización de las interrelaciones con la organización compradora.

Las numerosas reediciones y actualizaciones muestran el valor y la actualidad de sus propuestas.

En este módulo podrás conocer alguna de sus herramientas más conocidas y entraremos en profundidad en un concepto vital para la venta B2B: el centro de compras (Decision Making Unit)

≡ Strategic Selling

Lesson

≡ Conceptual Selling

Lesson

≡ La unidad de toma de decisiones (DMU)

Lesson

≡ LA INTEGRACIÓN EN EL CRM

Lesson

🔍 EL CASO RENOVA (2)

Quiz



Consultative Selling: best practices & next practices

Neil Rackham y su SPIN Selling

Neil Rackham se inició como investigador en psicología en la Universidad de Sheffield.

Y posteriormente continuó desarrollando nuevas herramientas para medir la relación entre las habilidades personales y el éxito en las negociaciones y las ventas.

Decidido a aplicarlas en el campo de la venta B2B obtuvo el soporte de compañías como Xerox y IBM de las que obtuvo 1M de dólares para su estudio, el primero que midió científicamente los comportamientos de compra y venta.

El proyecto ocupó a 30 investigadores que analizaron 35.000 entrevistas de venta en más de 20 países y duró 20 años..

Su obra SPIN SELLING se ha convertido en una valiosa e imprescindible guía para la venta consultiva.

≡ LAS NECESIDADES, BASE DE LA ACCIÓN

Lesson

≡ EL PROCESO SPIN:

Lesson

≡ LA NOCIÓN DE AVANCE

Lesson

≡ Bonus

Lesson

❓ TEST FINAL SPIN

Quiz



Consultative Selling: best practices & next practices

Keith Eades y su New Solution Selling

"En nuestro camino de trabajo conjunto, hemos colocado los principios de Solution Selling en el corazón de nuestro proceso de venta, ayudando a nuestros 5000 vendedores y miles de business partners de Microsoft a aplicar de modo consistente unos principios probados con los que conseguir cumplir expectativas y diferenciarnos."

*Kevin Johnson, Microsoft Group VicePresident,
Worldwide Sales, Marketing and Services.*

≡ EL PROCESO

Lesson

≡ LOS HITOS (MILESTONES)

Lesson

≡ LA CADENA DE DOLOR

Lesson

≡ LOS 9 BLOQUES DE LA VISIÓN

Lesson



≡ REFERENCIAS Y PROMPTERS

Lesson



Consultative Selling: best practices & next practices

De Solution Selling a Challenger Sale.

En julio de 2012 la prestigiosa revista Harvard Business Review publicó un artículo que ponía en entredicho la práctica más habitual en aquel momento en B2B: la venta de soluciones.

El artículo se titula "El fin de la venta de soluciones" y uno de sus autores, Matthew Dixon, había publicado ya en 2011 el libro "The Challenger Sale: Taking Control of the Customer Conversation" con el que inició la polémica.

≡ ¿ESTÁ MUERTA LA VENTA DE SOLUCIONES?

Lesson

≡ ¿QUÉ VENEDORES TIENEN MÁS ÉXITO EN LA VENTA CONSULTIVA?

Lesson

≡ LA ACTUACIÓN EN CHALLENGER SALES.

Lesson



Consultative Selling: best practices & next practices

De Challenger Sale a Insight Selling.

"La venta de soluciones no ha muerto ni está agonizante ; solo necesita adaptarse al nuevo mundo de las ventas...

Nuestros procesos y técnicas actuales constituyen una base sólida sobre la que podemos construir mejores prácticas para el futuro"

*Del prólogo de Neil Rackham al libro de Schultz y Doerr
"Insight Selling"*

- ≡ LA EVOLUCIÓN DE LA VENTA DE SOLUCIONES.
Lesson
- ≡ EL EXITO EN INSIGHT SELLING.
Lesson
- ≡ LAS NECESIDADES OCULTAS
Lesson
- ≡ EL PROCESO: CONECTAR, CONVENCER, COLABORAR.
Lesson
- ≡ LOS CONOCIMIENTOS NECESARIOS
Lesson
- ≡ MIS CONCLUSIONES Y COMENTARIOS
Lesson

Consultative Selling: best practices & next practices

Elementos de interactividad

Emparejar conceptos

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

Azarra 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 débil pero estable	Desconfianza, con planes cambiantes
LUGAR DE TRABAJO > Bastante trabajo de oficina. Oferta en casa del cliente	DMU más compleja y poca visibilidad de decisiones
CLIENTES > Planificando	El comprador evita el contacto personal
MOMENTO DE CONTACTO > Cuando el comprador define una necesidad	Cuando el comprador está aprendiendo a sobrevivir a una necesidad

ENTRAR

Clasificar

¿Te has quedado con lo importante sobre los HIBRID@S? 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	☐	☐	☐	☐	☐
Argumentar y hacer demostraciones	☐	☐	☐	☐	☐
Detectar oportunidades	☐	☐	☐	☐	☐
Conseguir entrevistas con los departamentos de Compras	☐	☐	☐	☐	☐
Reunir a personas que forman un Comité de Decisión	☐	☐	☐	☐	☐
Conocer necesidades y aspiraciones del cliente	☐	☐	☐	☐	☐
Detectar objeciones ocultas	☐	☐	☐	☐	☐
Cerrar las operaciones	☐	☐	☐	☐	☐

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.

ENTRAR

Descarga de documentos

 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

