TECNICA DE VENTAS

Tercera Edición

Escuela de Negocios - Facultad de Ciencias Económicas - Programa Académico

FUNDAMENTO DE LA PROPUESTA

Sin ventas, no hay empresa. La clave del éxito empresarial está en una buena gestión de ventas. Por eso hay tantas ofertas para comerciales en los anuncios de empleo. Por eso es tan valorado y demandado un comercial profesional. Con este curso tendrá la oportunidad de desarrollar sus aptitudes y habilidades comerciales. Un método práctico para dominar las Técnicas de la Venta Personal y así prepararse para desarrollar su carrera en un área estratégica en la que las empresas buscan permanentemente personas con formación.

OBJETIVOS

- Profesionalizar la función de los representantes comerciales a través de un modelo que les permita administrar la venta como proceso, implementando nuevas herramientas y desarrollando las habilidades necesarias para priorizar su rol de vendedor asesor, con el fin de advertir con éxito las necesidades del cliente y aumentar el cierre efectivo de las operaciones comerciales;
- Redefinir el rol de vendedor como traductor en la presentación de ventas, incorporando las estrategias necesarias para transformar las características del producto/servicio que comercializa en soluciones de valor para el cliente;
- Otorgar a los participantes la posibilidad de evaluar cada uno de los procesos de ventas protagonizados, con el fin de convertirlo en una experiencia de aprendizaje de estrategias, diálogos y comportamientos a replicar o a renunciar según los resultados esperados/logrados.

DESTINATARIOS

El curso está orientado principalmente a todas aquellas personas que se desempeñen o deseen desempeñarse en funciones relativas a departamentos comerciales, ventas y telemarketing de empresas y comercios, y en cualquier ámbito en el que se desee incrementar sus resultados de venta.

METODOLOGÍA

El programa se desarrolla en forma modular, es decir que permite encapsular cada tema, generando así diferentes momentos de reflexión y una debida internalización de los contenidos.

Enfoque Práctico: una vez finalizado cada tema, los asistentes estarán mejor capacitados para aplicar las herramientas aprendidas, mejorando su gestión de ventas de los distintos productos y/o servicios

El tipo de temática obliga a una metodología muy participativa, con un alto contenido de ejercicios vivenciales (role-plays). Los talleres se enfocan esencialmente en el entrenamiento de habilidades desde la práctica en la aplicación de los conceptos aprendidos.

- Ejercicios vivenciales que permitan el aprender haciendo, involucrando el pensar, sentir y hacer de los participantes.
- Discusión interactiva de casos reales sobre la temática, propiciando la toma de decisiones de los participantes.
- Talleres para la resolución de “minicasos” que sirvan de discusión en los grupos de trabajo orientados a la temática de cada tea en particular.
- Fomento de la participación activa en clase, enriqueciendo el proceso de aprendizaje, con las experiencias propias de los participantes.

CERTIFICACIONES

La UNC brindará certificados de asistencia a las personas que completen el cursado con un mínimo del 80 % de asistencia del programa completo.

PLAN DE ESTUDIOS

1. La sicología de la venta: La actitud y la motivación. La actitud mental positiva. Imagen y presencia personal. La generación de confianza. Reglas para la comunicación con el cliente.
2. La prospección: búsqueda y clasificación de clientes. Valoraciones y metodologías.
3. Proceso de compra y proceso de venta: La entrevista de ventas. Indagación de necesidades. La toma de contacto. Primer contacto, claves de actuación.
4. Contacto inicial: claves de actuación.
5. Identificación de necesidades y motivaciones de compra. Técnicas de interrogación, distintos tipos de preguntas.
6. Clasificación de las motivaciones de compra.
7. Proceso de argumentación: características vs. beneficios. La argumentación basada en las necesidades del cliente.
8. Objeciones: ¿qué son? ¿por qué se presentan?: Consideraciones previas, acerca del tratamiento de objeciones. El manejo de dudas y objeciones. Distintos tipos de objeciones y su forma de rebatirlas. La objeción al precio. Excusas.
9. El cierre: identificación de señales de cierre. Técnicas de cierre: Descubrir señales de compra. Reglas para cerrar la venta.
10. Post-venta: Descuento o servicio adicional. Técnicas para la petición de referidos. Post venta. Fidelización de clientes. Acciones para retener a nuestros clientes.

DÍAS Y HORARIOS

Los días de cursado serán los Jueves de 17 a 21 hs en la Escuela de Negocios de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC. El día de inicio de las actividades sería el 4 de octubre de 2018, generando un encuentro por semana (11/10; 18/10 y 25/10).

INVERSIÓN

El Curso de Técnicas de Ventas se encuentra organizado en 4 encuentros, sobre la base de un tiempo de 16 horas reloj de cursado en aula. Existe un cupo máximo de 35 personas.

La inversión necesaria para desarrollar el programa es de $ 3.300.- Forma de pago:

- Pago transferencia bancaria hasta el 27 de septiembre de 2.018 $ 3.000.-
- Pago por transferencia bancaria o tarjeta de crédito hasta el 02 de octubre de 2.018 $3.300.-
- Pago con tarjeta de crédito en 3 cuotas hasta el 02 de octubre de 2.018 $ 3.450.-

DIRECCION

ROLANDO SANTONI

- Executive M.B.A. (Executive Master in Bussiness Administration), Universidad Francisco Vitoria, Madrid, España año 2004.
- M.B.A. (Máster en Administración de Empresas), Egresado del Instituto de Ciencias de la Administración de la Universidad Católica de Córdoba, Argentina. 1ra. promoción Mza., año 2001.
- Ingeniero Industrial, egresado de la Universidad Nacional de Cuyo.
- Post-grado en “Dirección Estratégica para Empresas de Servicios”. Universidad Adolfo Ibáñez (Chile).
- Consultor Internacional
- Gerente Comercial. Empresa: Genco Materiales Eléctricos
- Gerente General. Empresa: Reydi S.R.L.
- Gerente de Ventas. Empresa: Triunfo Seguros
- Gerente Comercial Regional Cuyo. Empresa: DHL Worldwide Express
- Gerente Regional Mendoza. Empresa: Grupo Consolidar/Fecunda
- Gerente Zonal de Ventas. Empresa: Coca-Cola.