

**AULA
VIRTUAL**

TÉCNICAS DE VENTA CONSULTIVA



INDUING



TALLER PRÁCTICO: TÉCNICAS DE VENTA CONSULTIVA

PRESENTACIÓN

Cuando el Cliente compara nuestra oferta por precio, significa que no le hemos planteado una solución por la que esté dispuesto a pagar más, nos hemos acomodado con una venta repetitiva informándole de lo que hacemos sin saber cuáles son sus necesidades.

¿Conocemos a nuestro cliente lo suficiente? ¿Hemos sabido llegar a una relación de confianza para saber cómo podemos ayudarle?

Es fundamental que cambiemos la orientación de nuestra organización y dejemos de hablar de “nosotros” y de “nuestros productos”, para hablar del beneficio que aportamos a cada cliente.

Con esta formación...

- Conocerás cómo trabajar una **estrategia comercial basada en servicio** que nos permita una relación comercial más rentable y duradera.
- Aprenderemos a construir una **relación comercial basada en la confianza** y no en las limitaciones de la venta puntual de un producto.
- Identificaremos las palancas que nos permiten estructurar una **propuesta de valor**.
- Conoceremos metodologías internacionales como el Customer Journey Map que nos permita identificar los factores que influyen en su **decisión de compra**.

OBJETIVOS

- Entender la importancia de **conocer a los clientes**.
- Identificar qué factores influyen en las **decisiones de compra**.
- Saber cómo trabajar las palancas para **generar confianza** en nuestra marca.
- Establecer un **valor diferencial** basado en el conocimiento mutuo.
- Conocer cómo estructurar una **propuesta de valor** y no un presupuesto comercial.
- Tener la capacidad para **elegir a nuestros clientes**, e invertir en ellos porque valoran nuestro trabajo.
- Salir de una oferta de producto a unos costes conocidos que acotan nuestro margen y ampliar nuestro valor por medio del **servicio**.

DESTINATARIOS

- Gerentes de Negocio.
- Responsables Comerciales y Grandes Cuentas.
- Responsables de Marketing.
- Responsables del Departamento de Atención al Cliente.
- Responsables de Calidad.

METODOLOGÍA

- El número de alumnos no podrá ser mayor que 12.
- El taller se desarrolla en tiempo real mediante videoconferencia en el aula virtual. Son clases en directo, dinámicas e interactivas.
- La sesión constará de 2 horas dedicadas a responder preguntas de los asistentes y a reforzar la fase de investigación previa que conlleva cada sesión.

Se trabajarán las metodologías spin y customer journey map entre otras.

Los materiales que se entregan se componen de vídeos y conceptos a investigar, técnicas y herramientas a diseñar y protocolos en los que dar forma y estilo a la comercialización.

- Se solicitará visionado, lecturas e investigaciones de vídeos, comentarios de libros y ejercicios fuera del tiempo de conexión.

NORMATIVA ACADÉMICA

- **MODALIDAD:** Aula Virtual
- **DURACIÓN:** 6 Horas (3 Sesiones de 2 horas)
- **FECHAS:** Consultar en la web: www.induing.com
- **HORARIO:** De 9:30 a 11:30 Hrs.
- **PLAZAS LIMITADAS:** 12 Asistentes
- **PRECIO:** 275 Euros
- **BENEFICIOS:** Formación bonificable a través de FUNDAE
- **CERTIFICADO:** De asistencia a los participante



PROGRAMA

✓ 1. Modelo de venta consultiva y nuevos hábitos y tendencias en los compradores.

✓ 2. Fases del modelo:

- **Contacto:** Claves de la colaboración humana: Generación de CONFIANZA. Funcionamiento del cerebro triuno del comprador.
- **Diagnóstico:** metodología SPIN para centrar la venta en el cliente y descubrir sus impulsores de compra. El mapa crítico de intereses, la información crucial para aportar valor.
- **Argumentación de las soluciones:** la propuesta de valor y los condicionantes del precio.
- **Cierre:** la competición con uno mismo y el seguimiento disciplinado de presupuestos.

✓ 3. La planificación comercial y la selección de clientes: el perfil de cliente rentable, masa crítica del 36 % de la cartera de clientes.

- Mercado y matriz de Pareto

✓ 4. La Experiencia de Compra del Cliente como palanca de reflexión e innovación.

- La venta como proceso que involucra a toda la organización.

PONENTE



**ANA
BLANCO**
SOCIA DIRECTORA

ANA BLANCO, SOCIA DIRECTORA GRUPO BENTAS

Empresaria, Licenciada en Psicología, diplomada en filosofía y ciencias de la educación, 40 años de experiencia en ventas y negociación, 20 de los cuales los ha combinado con la maestría de formar a negociadores, líderes y formadores.

Colabora con empresas del sector Industrial y organizaciones empresariales: Maier, Bach, Erreka, Eika, Copreci, Ulma, Renault, Saltoki, Comansa, Ascensores Iza, LKS ingeniería, Atotech, Caf, Teknimap, Federación del metal, Tknika, IMH, Universidad de Mondragon, como formadora y mentora.



INDUING

C/ Gran Via 42, 1ª Planta, 48011 Bilbao
Tel: (+ 34) 94 605 30 72

C/ Zurbano 45, 1ª Planta, 28010 Madrid
Tel: (+34) 911 841 944

Email: info@induing.com

www.induing.com