



INTRODUCCIÓN

Basados en el enfoque psicológico y de competencias, consideramos que la venta debe generar en el cliente una relación personal y de deuda afectiva emocional; creando lazos afectivos: con la persona que realiza la atención, con el producto que compra o servicio que adquiere y con la empresa que lo brinda; es decir, se busca generar fidelidad por encima del producto o servicio.

La venta es una experiencia que se debe tratar de controlar con todas las variables importantes para el cliente objetivo, donde el papel protagónico de moldear estas variables recae en el personal de atención.

Nuestro enfoque es integral y se simplifica en el evento de atención como una actividad artificial de impacto preparada, racionalizada que genere compromiso y satisfacción, donde el funcionario puede y debe dominar las variables que están alrededor de él y dentro de él en pro de ganar más y generar una carrera de por vida de credibilidad e impacto.

El Programa de Formación Integral en Ventas permitirá una asimilación concentrada, comprometida y vivencial, proporcionando conocimientos y herramientas necesarias para desarrollar las competencias comerciales que permitan ser más eficientes en entornos con mayor exigencia y competitividad; a través de tres módulos: Perfil del Vendedor, Negociación y Proceso de la Venta.

DURACIÓN

18 horas reloj

CERTIFICACIÓN

El certificado es otorgado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra – UPSA



CONTENIDO MÍNIMO

MODULO I: PERFIL DEL VENDEDOR

En base al modelo de competencias, se desarrolla el perfil del vendedor especializado al enfoque del negocio y a la cultura de la empresa; este perfil es una herramienta de evaluación y diagnóstico que permite determinar el nivel de desarrollo de habilidades, conocimientos, hábitos y actitudes en el personal, con el fin de centrar esfuerzos en aquellas competencias comerciales que se deben mejorar o desarrollar.

En este módulo se elabora conjuntamente con los participantes las competencias del vendedor asignando sus acciones claves, lo cual constituye un modelo que permite incluirse en la evaluación de rendimiento y seguimiento para asegurar su implementación y eficiencia.

Del mismo modo se presenta las competencias psicológicas del vendedor con un conjunto de buenas prácticas para mejorar su impacto.

OBJETIVOS

Mejorar el rendimiento de venta y desarrollar el perfil del vendedor, a través del enfoque de competencias.

TEMARIO

- Ventana de Johari
- Competencias del vendedor
- Modelo conductual del vendedor

- Evaluación de competencias del vendedor
- Competencias Psicológicas del Vendedor

MÓDULO II: NEGOCIACIÓN

Contribuye en preparar al personal de fuerza de ventas con técnicas y estrategias basadas en el enfoque psicológico del Análisis Transaccional, que analiza los comportamientos y permite guiar su impacto en las negociaciones en el proceso de ventas. La formación práctica en este método facilita el desarrollo de las habilidades de persuasión para el cierre de una compra, esto implica un proceso planeado, ordenado, lógico y analítico para beneficio tanto del comprador como del vendedor.

El uso del Análisis transaccional como metodología apoya al crecimiento personal y desarrollo de la personalidad, siendo la personalidad la herramienta más importante que cuenta un vendedor, por otro lado, esta técnica reúne muy buenas practicas demostrada a nivel internacional lo cual nos genera confianza en la implementación.

OBJETIVOS

Aprender a usar las Técnicas de Análisis Transaccional para describir al cliente y mejorar la capacidad de negociación del vendedor



TEMARIO

- Introducción al Análisis Transaccional
- Relación Vendedor - Cliente
- Estados del Yo
- Relaciones Cruzadas y Relaciones Complementarias
- Técnicas de Negociación

MÓDULO III: PROCESO DE LA VENTA

Conseguir fidelizar a un cliente y quede satisfecho con la compra es el objetivo de cualquier vendedor. Para alcanzar esta meta, el taller proporciona técnicas y herramientas que contribuyen a que el personal de la fuerza de venta desarrolle habilidades para la detección de necesidades, expectativas de los clientes, ofrezca soluciones y afronte situaciones en base a las características de los clientes.

El curso permite que los participantes evalúen cada una de las etapas en el proceso de la venta protagonizada, con el fin de convertirlo en una experiencia de aprendizaje de estrategias, diálogos y comportamientos a replicar o a renunciar según los resultados logrados.

OBJETIVO

Comprender los momentos de la verdad en el proceso de venta y mejorar la actuación en cada etapa.

TEMARIO

- Momentos de la verdad
- Capacidad de Insight
- El proceso de ventas
- Buenas y malas prácticas en el proceso de venta
- Laboratorio de Ventas: evaluación del proceso de ventas cara a cara

INSTRUCTOR

Enrique Ferreyra Arce

Licenciado en Psicología Organizacional con Especialización en Administración de Recursos Humanos, en la Universidad del Pacífico – Lima, Perú. Maestría en Dirección de Recursos Humanos y Psicología Organizacional, doble titulación Escuela Internacional de Negocios CESTE Zaragoza - España y la Universidad Camilo José Cela Madrid – España. Especialidad en Legislación laboral en CAINCO. Director de Consulters Home. Consultora líder en reestructuración orgánica, ubicación de high potencial y desarrollo del personal. Ejecutivo con más de 12 años de experiencia en cargos gerencial, habiéndose desempeñado como Gerente de Recursos Humanos de Embol – Coca Cola, Móvil de Entel y Aerocon. Ha sido Asesor en RRHH de la Gerencia de Total, Insertec y Widman Internacional. Autor de 6 libros de trabajo aplicados a la gestión de talento humano, revisado por la Universidad Católica y la Fundación Patiño. Docente en materias de recursos humanos a nivel de diplomado y maestrías. Auditor interno certificado en ISO 9001 – 2015.