

CURSO PRESENCIAL:

PROSPECCIÓN Y BÚSQUEDA DE CLIENTES



GESTIÓN EMPRESARIAL

OBJETIVO DEL CURSO

La prospección de clientes es una de las tareas menos preferidas para los vendedores. En este curso abordamos inicialmente un enfoque motivador que aumente la búsqueda de clientes en la empresa para lograr una mejor PROSPECTACIÓN Y PRECALIFICACIÓN del cliente

En la formación se imparte la manera de fijar objetivos de prospección y citas, como trabajar la base de datos actual y alimentarla, llamadas en frío, diferencias entre abordaje a clientes B2B y B2C, técnicas para buscar nuevas cuentas y gestión del embudo de ventas con foco en la prospección.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

Todas aquellas personas que buscan potenciar sus habilidades ventas con el objetivo de generar mayores resultados.

CARGA HORARIA

Nueve (9) horas reloj con actividades presenciales y una (1) hora de trabajo individual.

METODOLOGÍA

Sesiones presenciales

Enseñanzas 100% prácticas y adaptadas a la realidad actual.

Actividades posteriores a las sesiones

Lecturas de apoyo. Trabajos prácticos individuales y en equipo. Análisis de casos. Autodiagnósticos. Revisión de trabajos prácticos y respuesta a consultas por parte del instructor.

CERTIFICACIÓN

Se entregará un certificado de participación avalado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA). Podrán acceder a dicha certificación quienes cumplan como requisito una asistencia mínima y presentación de los trabajos del 80%.

CONTENIDO

CURSO PRESENCIAL:

PROSPECCIÓN Y BÚSQUEDA DE CLIENTES



GESTIÓN EMPRESARIAL

- Tasas de conversión en prospección - El embudo de ventas.
- Métodos de prospección: Identificar los distintos medios para prospeccionar clientes:
 - Lead nurturing.
 - Prospección presencial.
 - Prospección telefónica.
 - Prospección por correo electrónico.
 - Generación de eventos.
- La propuesta de valor como diferencial para lograr atención del cliente.
- Técnica AIDA: atención, interés, deseo y acción
- Como manejar la frustración en ventas.
- El valor de ampliar mi círculo de contactos y cómo llevarlo a cabo.
- La práctica de “adopción de huérfanos”.

- Como aprovechar la posventa en la búsqueda de clientes.
- Segmentación de clientes, como llegar a cada segmento.
- El Elevator Pitch o Speech de presentación, fundamental para vender siempre.
- Cómo funciona el cerebro comprador.
- Bases de datos: como alimentarlas y sacarles más provechos.
- Preparación de visitas comerciales - Porque son tan importantes.

INSTRUCTOR

Miguel Alberto Flores

Es COACH certificado bajo la metodología LAMBENT por la ICC (International Coaching Community) - Inglaterra. Ha sido certificado como Customer Experience Expert CXM 360 por IZO (España). Experto en Gestión de Servicio al Cliente y Auditor Interno de Sistemas de Calidad según norma ISO 9001:2008. Facilitador Certificado con la norma internacional “COPC” (Customer Operation Performance Center) en la empresa de Telecomunicaciones TIGO. Certificado en Gestión de Cultura Organizacional y Engagement - OCC SOLUTIONS, Colombia. Practitioner en PNL (Programación Neuro-Lingüística) certificado por la Universidad de California - EEUU. Certificado en la metodología BELBIN® TEAM ROLES - Inglaterra. Certificado en La Magia del Servicio al Cliente basado en la METODOLOGIA DISNEY.

CURSO PRESENCIAL:

PROSPECCIÓN Y BÚSQUEDA DE CLIENTES



GESTIÓN EMPRESARIAL

Licenciado en Administración de Empresas con un Diplomado en Educación Superior y Gestión Pedagógica, cuenta con una especialidad en Coaching de Ventas, Neuroventas y PNL.

Trabajó en TIGO como entrenador del CUSTOMER PERFORMANCE CENTER; formando a operadores de atención al cliente y ventas a nivel nacional, se desempeñó como Director Nacional de la Universidad REMAX-BOLIVIA y actualmente es socio consultor y facilitador en TALENTUM.

Consultor y Facilitador en Ventas, Experiencia del Cliente y Desarrollo Personal con más de 10 años de experiencia, trabajando con clientes como: BANCO BISA, TIGO (MILLICOM), BANCO GANADERO, YPFB ANDINA, NESTLÉ, REMAX LATAM, OPTICENTRO, BANCO ECONOMICO, NATURA, BIEN INMUEBLES, AZZORTI, ALICORP, OGA NETWORK, IMCRUZ, SERVISUR, AGRIPAC, GRUPO GEN, UTEPSA, MATSERVICE, CENACE - UPSA, TERBOL, AFP FUTURO DE BOLIVIA, DIMA, CHEVROLET, BANCO NACIONAL DE BOLIVIA, CBN y otras.