

TEMARIO

- ¿Cómo generar confianza con el cliente en la venta?
 - ¿Cómo transformar las funciones de la solución en beneficios del negocio para el cliente?
 - ¿Cómo evitar el círculo vicioso, “dejámelo analizar” del cliente?
 - ¿Cómo llegar bien preparado al cierre?
-
- ¿Quiénes deben participar en una reunión de cierre para que sea efectiva?
 - ¿Las Demos ayudan al cierre?
 - ¿Cuándo presentar la experiencia de otros clientes?
 - ¿Cómo identificar con quién cerrar la venta?
 - ¿Cuándo se inicia “el cierre”?
 - ¿Cómo aprovechar las Objeciones en oportunidades para cerrar el negocio?
 - Técnicas de cierre de ventas.
 - Modelización de Casos

3. Cronograma de Clases

Temario	Contenido	Metodología de Abordaje
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo generar confianza con el cliente en la venta? • ¿Cómo transformar las funciones de la solución en beneficios del negocio para el cliente? • ¿Cómo evitar el círculo vicioso, “dejámelo analizar” del cliente? • ¿Cómo llegar bien preparado al cierre? 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación de contacto. • Definición de: Qué, Cómo, Cuándo, Quién. Dónde, Por qué y Para qué. • Llamado en frío • Generación de expectativas. • “Elevator Pitch” • Escalera de la confiabilidad • Generación de presentaciones inductivas. • Conversión de percepción de Proveedores en Socios de Negocios • Visión. Experiencias. Referencias • Técnicas de presentaciones rápidas. • Formas de comunicación. Tipos de escuchas. • Análisis de lo relevado en el cliente. Análisis y definición de contextos y roles • Argumentación para transformar características del 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de analogías sobre situaciones cotidianas para el entendimiento y comprensión de la idea a transmitir. • Aplicación de la analogía al objeto de enseñanza., • Definición conceptual teórico-práctica para el anclaje del conocimiento. • Modelización de Casos para la transferencia del conocimiento a la habilidad.

	<p>producto/servicio en beneficios del negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indagación del Motivo-Necesidad-Deseo 	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Quiénes deben participar en una reunión de cierre para que sea efectiva? • ¿Las Demos ayudan al cierre? • ¿Cuándo presentar la experiencia de otros clientes? • ¿Cómo identificar con quién cerrar la venta? 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de roles u actores a tener en cuenta del lado de cliente y vendedor de acuerdo al tipo de solución a comercializar. • Determinación de: Orientación, Proceso y Posición de compra. • Análisis y definición de productos/servicios a mostrar como ejemplos de soluciones base. • Condiciones de ofrecimiento • Chequeos de empresas para ofrecer como referencias. Condiciones. • Criterios de ofrecimiento. • Técnicas de identificación y ponderación de roles de compra para el proceso de cierre. • Alineación con los roles del vendedor. • Identificación de posibles conflictos internos que obstaculicen el cierre 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de analogías sobre situaciones cotidianas para el entendimiento y comprensión de la idea a transmitir. • Aplicación de la analogía al objeto de enseñanza., • Definición conceptual teórico-práctica para el anclaje del conocimiento. • Casos para la transferencia del conocimiento a la habilidad.
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuándo se inicia “el cierre”? • ¿Cómo aprovechar las objeciones en oportunidades para cerrar el negocio? 	<ul style="list-style-type: none"> • Confección de documentación base del proceso comercial de la solución ofrecida. • Cómo y para qué presentarla como parte de la solución. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de analogías sobre situaciones cotidianas para el entendimiento y comprensión de la idea a transmitir. • Aplicación de la analogía al objeto de enseñanza.,

<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de cierre de ventas. • Modelización de Casos 	<ul style="list-style-type: none"> • Alineamiento del Motivo-Necesidad-Deseo con la Visión del negocio. • Manejo de objeciones. • Técnicas de mitigación de objeciones: Asentar-Contrarrestar y avanzar ante pretextos. • Entendimiento del contexto de negociación de la solución a ofrecer. • Potenciando la percepción de valor • Cómo evitar incluir en el cierre del negocio la forma de pago. • Técnicas del “Toma y Dada”. • Metodología de los 9 cuadrantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición conceptual teórico-práctica para el anclaje del conocimiento. • Modelización de Casos para la transferencia del conocimiento a la habilidad.
--	--	--