



TÉCNICAS DE VENTAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

■ OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar el curso, los participantes serán capaces de manejar correctamente los conceptos de la gestión comercial de una organización, enfatizando los aspectos generales y las aplicaciones básicas de las herramientas y técnicas de ventas y fidelización de clientes.

■ CONTENIDOS

Enfoque de marketing y su ambiente

Concepto de Marketing

Definiciones

Elementos claves

Mercado meta

Mercado meta: concepto, estructuras y criterios de selección

Segmentación del mercado: alcance, importancia y herramientas

Posicionamiento: concepto, estrategias y tácticas

Conducta del Consumidor: proceso de decisión y factores que influyen.

Gestión de ventas.

Estructura De Venta

Estableciendo Objetivos y metas comerciales.

Primer Contacto, conociendo al cliente.

Recursos Para Detectar Posibles Clientes (territorio)

Presentación en vistas comerciales.

Características Y Beneficios del producto y/o servicio.

Cierre Venta

Técnicas de cierre

Manejo de Objeciones

Las 7 Objeciones Más Comunes

Técnicas De Manejo De Objeciones

Fidelización de clientes.

Desarrollo de estrategia para obtener clientes satisfechos y leales.

Conocimiento a mis clientes a través de la base de datos.

Lealtad y obtención de valor para el cliente.

Obtención de clientes leales y rentables.



TÉCNICAS DE VENTAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

METODOLOGÍA

Clases expositivas, preguntas, discusión acuerdo con la programación por sesiones.

Estudio de Casos y resolución de problemas a fin de vivenciar los diferentes sucesos del ambiente de marketing y aplicar las herramientas aprendidas.

Desarrollo por parte de los participantes de labores de venta, y la aplicación de los conceptos asociados al curso.

Clases Teóricas

El 30% de clases son teóricas, equivalentes a 8 horas.

Clases Prácticas.

El 70% de las clases son prácticas, equivalentes a 16 horas.