



Sales Impact

Programa e-Learning para entrenamiento de ventas en la red comercial



Manpower[®]
Academy

**“Lo importante no es lo que ya sabes,
es lo que puedes llegar a aprender.”**



Manpower Academy

Nuestro propósito

Apoyamos a las compañías a crear el Talento a través del *upskilling* y el *reskilling*

Manpower Academy es la unidad de negocio de Manpower especializada en el diseño e implementación de soluciones globales de desarrollo de Talento.

En una realidad en constante evolución y con una creciente escasez de Talento, el desarrollo de Talento es un aspecto que cobra cada vez más relevancia en la estrategia de las compañías.

Comprender la evolución de tu mercado sin atender a la evolución de las capacidades necesarias para mantener tu competitividad puede resultar una amenaza para el crecimiento sostenible que buscan las compañías.

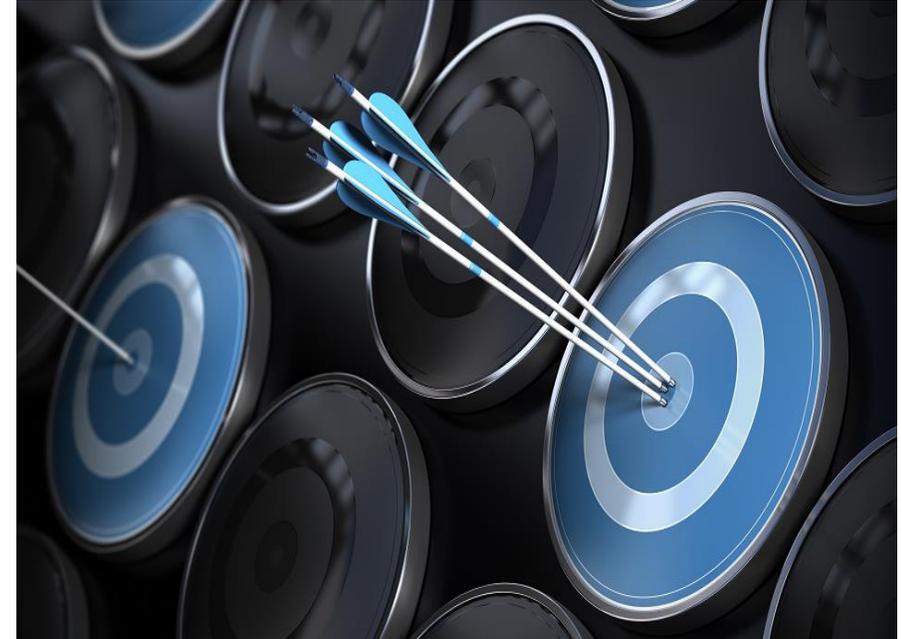


Contenidos

Sales Impact

Sales Impact es un exclusivo programa de capacitación comercial concebido para el entrenamiento de las distintas fases del proceso de asesoramiento comercial a clientes.

Aplica metodologías punteras concebidas para cimentar y consolidar el aprendizaje de los participantes de un modo profundo y duradero, asegurando que dicho aprendizaje permanezca en el tiempo y se traslade de forma real a los comportamientos en el trabajo.



Principios de Acción Comercial "Sales Impact"

Proactividad

Desarrollar la acción comercial haciendo que los acontecimientos ocurran.

Calidad de Servicio

Asesorar al cliente siempre con profesionalidad y considerando cubrir sus necesidades con soluciones.

Orientación al cliente

Enfocar el resultado orientándolo hacia la vinculación y rentabilidad de los clientes.

Itinerario Formativo "Sales Impact"



Atención al cliente



Atención y gestión telefónica



Técnicas de venta telefónica



Cómo vender a través de WebConference



Planificación y organización de la acción comercial



Proactividad comercial



Concertación telefónica



Itinerario Formativo "Sales Impact"



**Convertir
oportunidades en
necesidades**



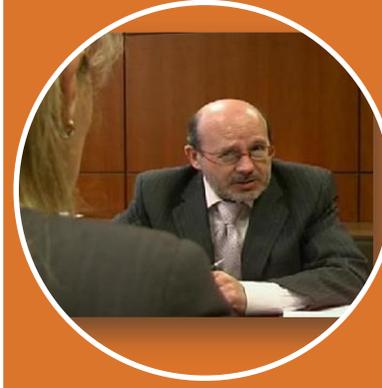
**Argumentación
comercial**



**La entrevista
comercial**



**Tratamiento de
objeciones**



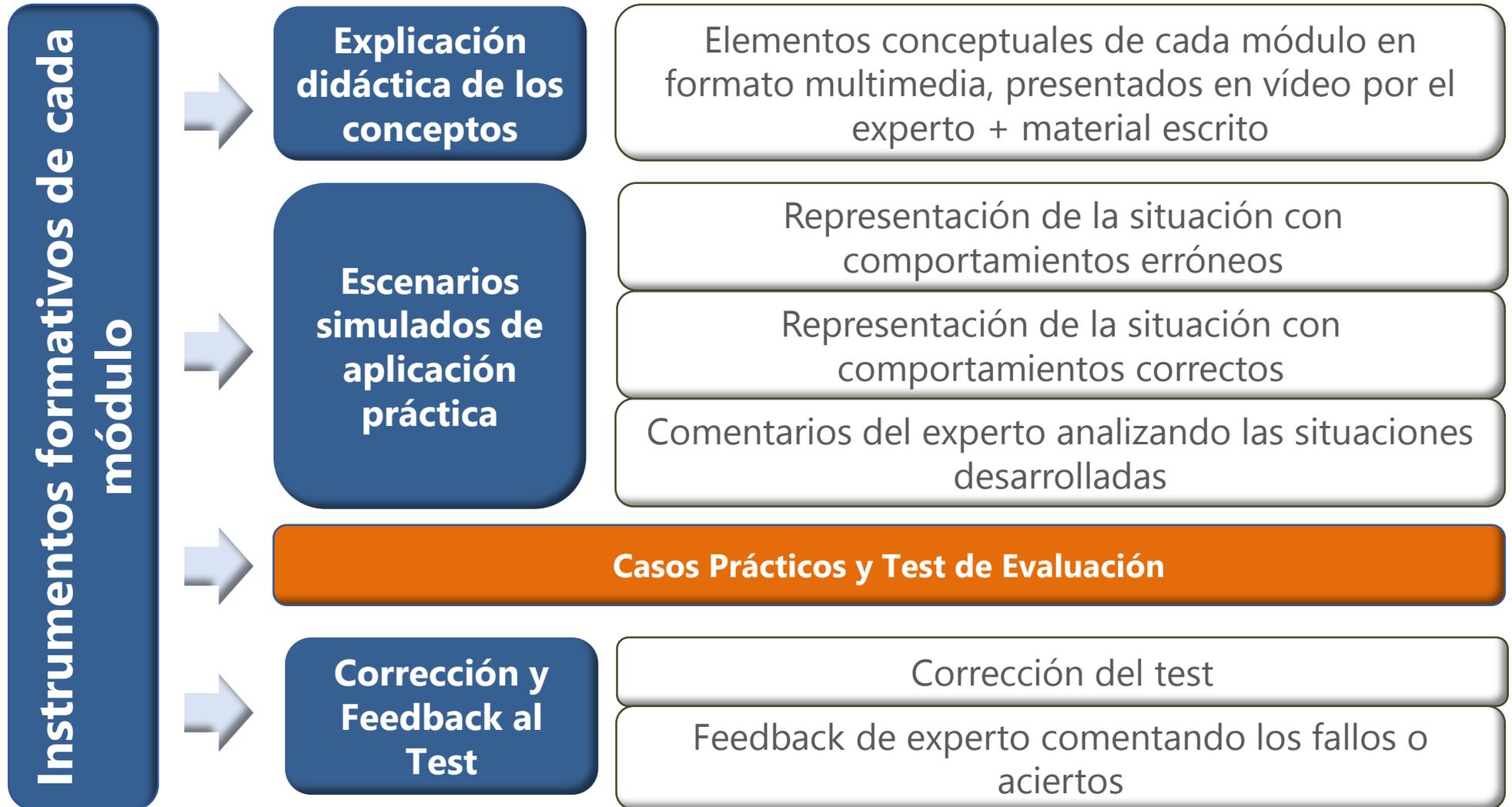
El cierre de venta



**Fidelización y
seguimiento del
cliente y del
negocio**



Estructura didáctica Módulos



Módulo: Atención al cliente

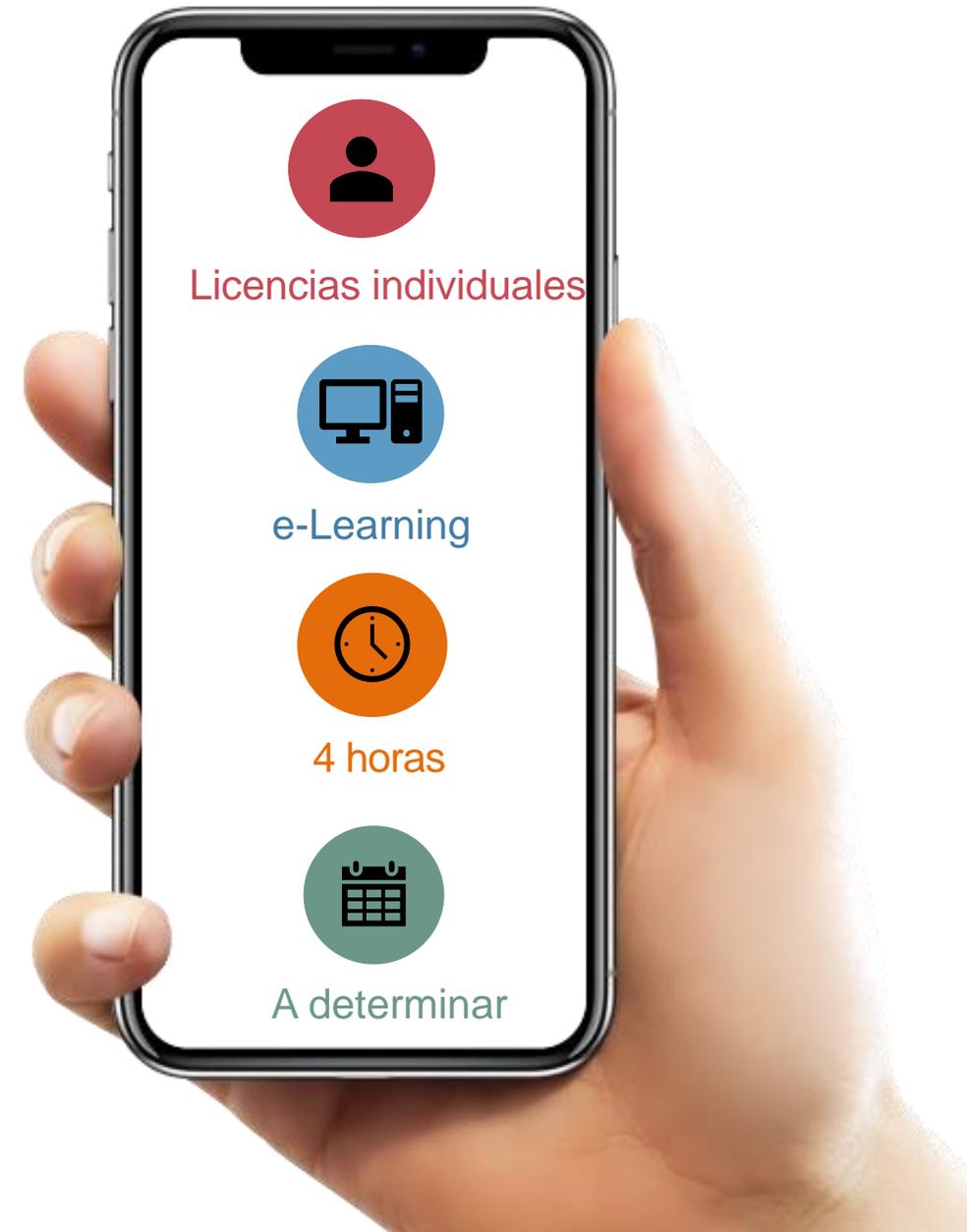
Objetivos

Hoy en día la calidad del servicio constituye una ventaja competitiva fundamental. Ya no es suficiente comprender la importancia que tiene la satisfacción del cliente. Para tener éxito debemos estar a la altura de las expectativas de nuestros clientes.

El objetivo es focalizarnos hacia el cliente, y nos mostrará cómo podemos satisfacer sus necesidades, utilizando técnicas como la escucha activa y la detección de necesidades, con el fin de ser capaces de buscar los productos o servicios que solucionen dichas necesidades.

Contenido

- ✓ La orientación al cliente
- ✓ La comunicación con el cliente
- ✓ Escuchar al cliente
- ✓ La importancia de la imagen
- ✓ Evitar una imagen negativa
- ✓ La expresión verbal y la calidad de la voz
- ✓ Comunicación no verbal
- ✓ La oficina o establecimiento, y el puesto de trabajo
- ✓ Cómo tratar a nuestros clientes según su actitud
- ✓ Tratamiento de quejas y reclamaciones
- ✓ Recomendaciones finales



Módulo: Atención y gestión telefónica

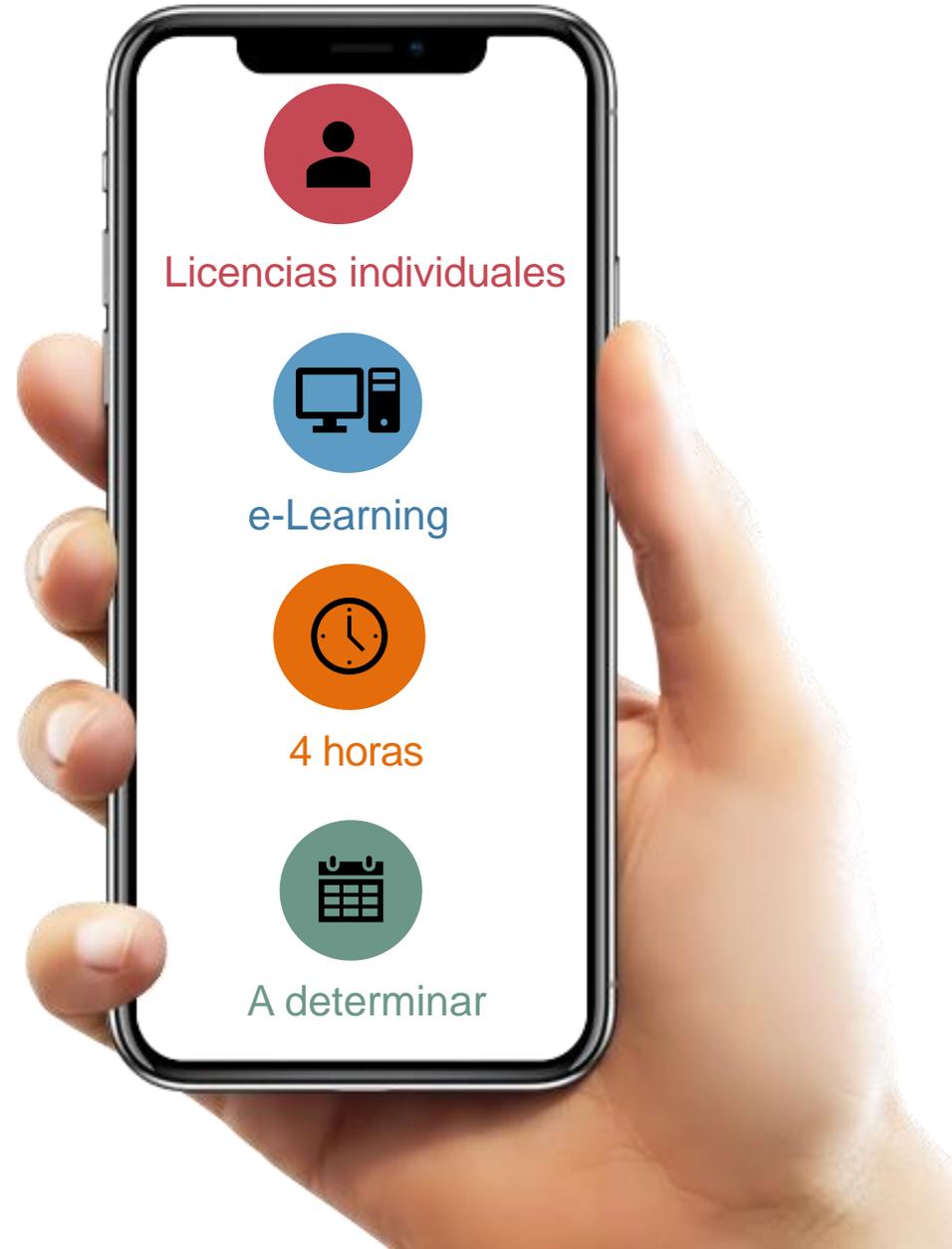
Objetivos

Se pretende trabajar diversos aspectos relacionados con el uso del teléfono y la imagen de nuestra empresa, la calidad en el servicio de atención telefónica, la satisfacción del usuario como resultado de nuestra labor profesional de atención y servicio, y la forma en que debemos tratar las llamadas de los clientes "difíciles".

El objetivo es lograr ofrecer un servicio de atención y gestión telefónica óptimo para asegurar la bondad del servicio prestado a nuestros clientes.

Contenido

- ✓ La imagen a través del teléfono
- ✓ Elementos que intervienen en la comunicación telefónica
- ✓ La entonación y la articulación
- ✓ El lenguaje positivo y negativo
- ✓ La escucha activa
- ✓ Actitudes al teléfono
- ✓ Reglas básicas de recepción de llamadas
- ✓ Fases de la recepción
- ✓ Acogida
- ✓ Descubrir necesidades
- ✓ Acción
- ✓ Llamadas de petición de información
- ✓ Anunciamos actuación
- ✓ Tratamiento de reclamaciones



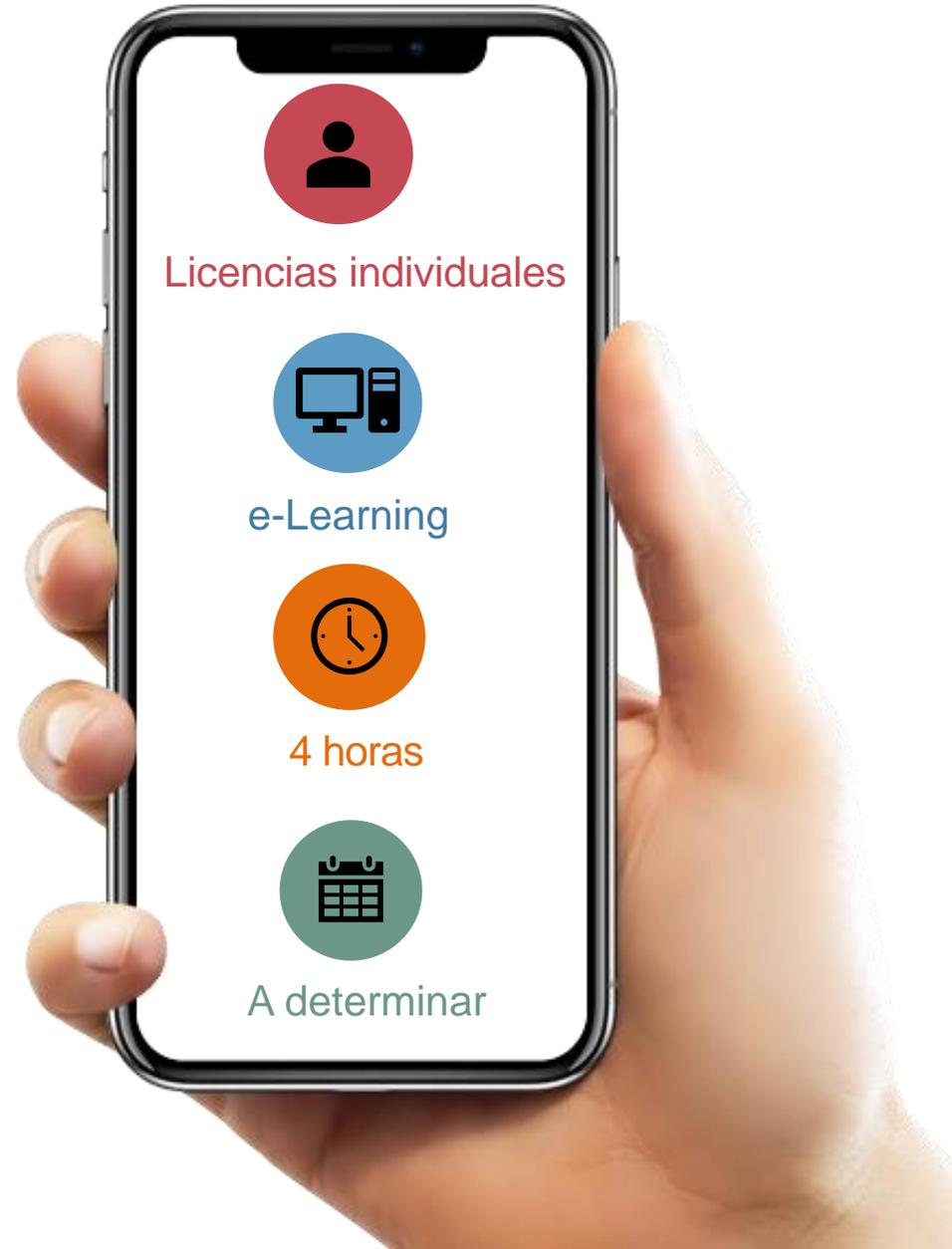
Módulo: Técnicas de Venta Telefónica

Objetivos

La finalidad que se persigue es ayudar a los participantes a mejorar sus habilidades de venta telefónica, y utiliza para ello diferentes vídeos de rol play que repasan todas las situaciones habituales con las que se encontrará un profesional de la venta telefónica, ofreciendo recomendaciones sobre las conductas más adecuadas y los errores a evitar.

Contenido

- ✓ Introducción a la venta telefónica
- ✓ Elementos que intervienen en la comunicación telefónica
- ✓ Preparación de la llamada
- ✓ Preparación del argumentario de ventas
- ✓ Trabajar con los "filtros" (secretarias, recepcionistas)
- ✓ Presentación al comienzo de la llamada
- ✓ Escuchar activamente y establecer rapport con el cliente
- ✓ Exponer la argumentación comercial
- ✓ Rebatir objeciones
- ✓ El cierre



Módulo: Cómo vender a través de Web Conference

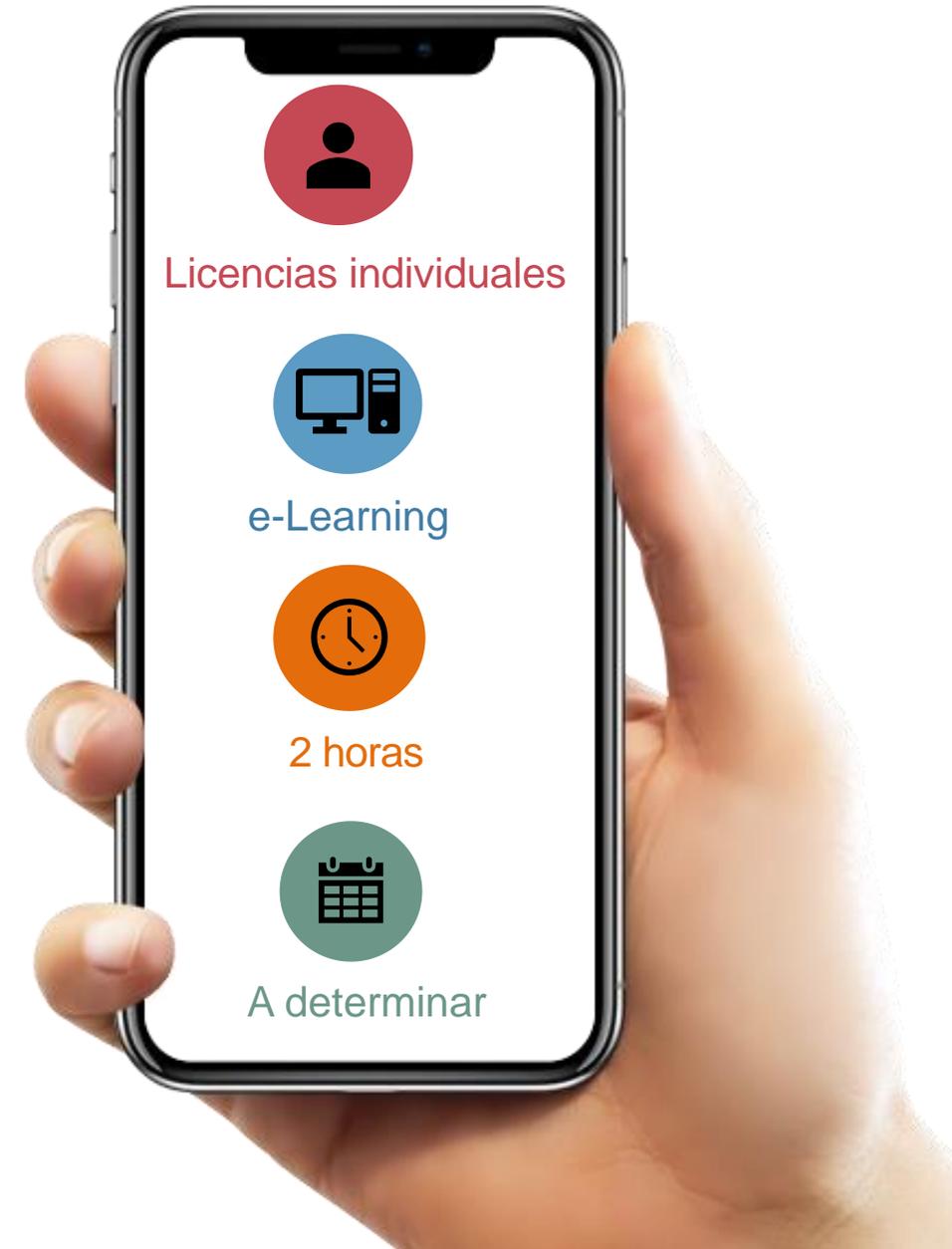
Objetivos

Las reuniones cara a cara siguen siendo imprescindibles para llevar a cabo muchas operaciones comerciales, pero también son costosas, consumen mucho tiempo y exigen un gran compromiso de todos los involucrados para programar el encuentro.

Por fortuna, las videoconferencias, bien utilizadas, permiten construir y mantener relaciones profesionales sólidas con los clientes, dándoles un toque personal al mismo tiempo que evitan los inconvenientes que presentan las reuniones cara a cara. En este curso revisaremos las mejores prácticas que nos permitirán conseguir excelentes resultados de venta mediante el uso de las videoconferencias.

Contenido

- ✓ Venta a través de videoconferencia. Qué ventajas ofrece
- ✓ Aspectos organizativos a considerar
- ✓ El inicio de la reunión
- ✓ Desarrollo de la reunión
- ✓ Factores condicionantes del éxito en un proceso de venta
- ✓ El factor personal en la venta
- ✓ El proceso de la atención y el uso del storytelling
- ✓ Las motivaciones del cliente
- ✓ Cómo elaborar tu presentación
- ✓ Uso de los principios heurísticos
- ✓ El cierre de ventas



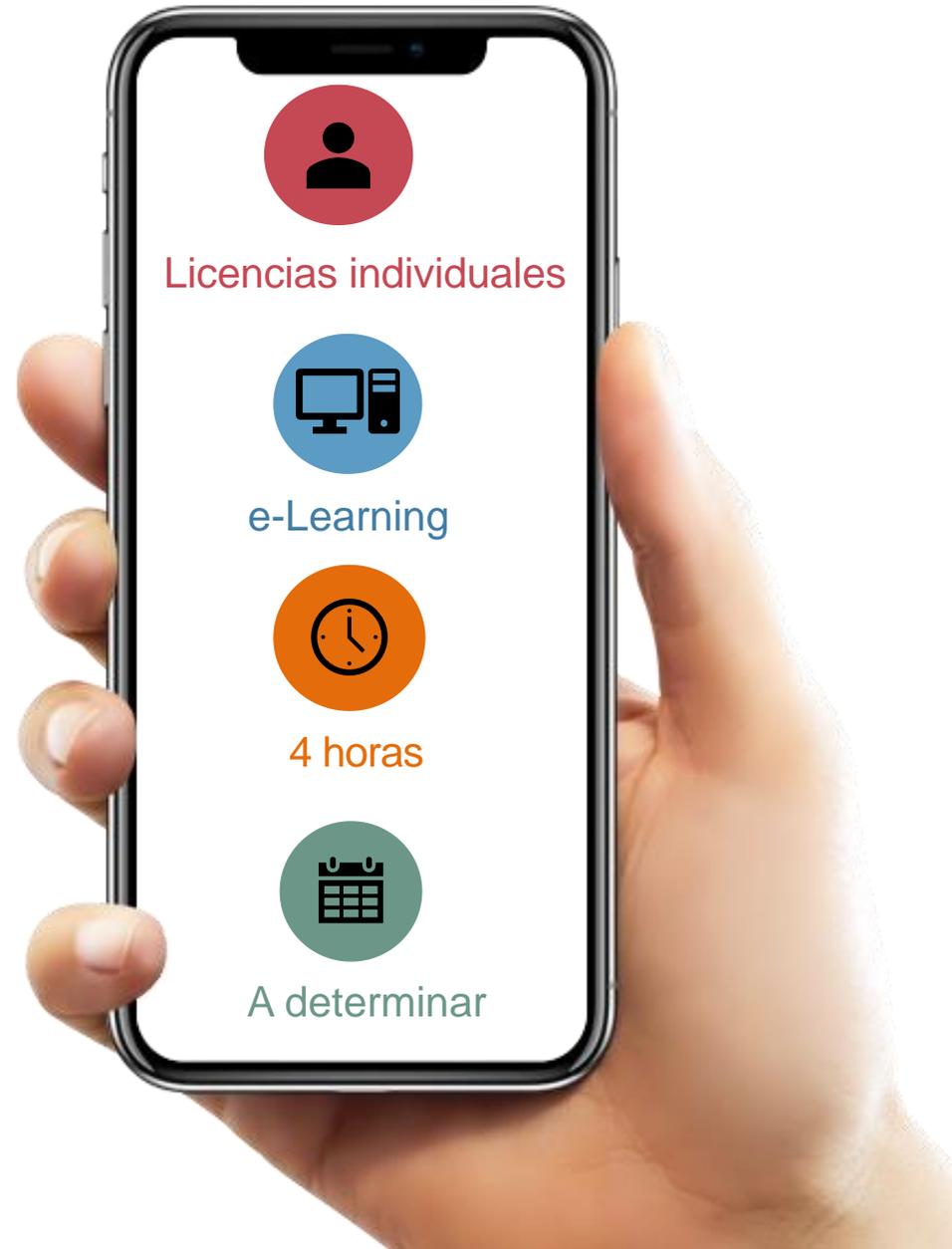
Módulo: Planificación y organización de la acción comercial

Objetivos

Se centra en la planificación de la actividad comercial como un proceso integral y dinámico, que incluye desde el establecimiento de objetivos y la formulación de planes para alcanzarlos hasta la ejecución y el control sistemático de los resultados.

Contenido

- ✓ La planificación comercial
- ✓ Determinar los objetivos comerciales
- ✓ Análisis del mercado
- ✓ Métodos de predicción de ventas
- ✓ Segmentación de clientes
- ✓ Distribución de recursos
- ✓ Plan de Acción Comercial
- ✓ Fuentes de captación de clientes
- ✓ Argumentarios de ventas
- ✓ Preparación de la visita comercial
- ✓ Herramientas de control y medición



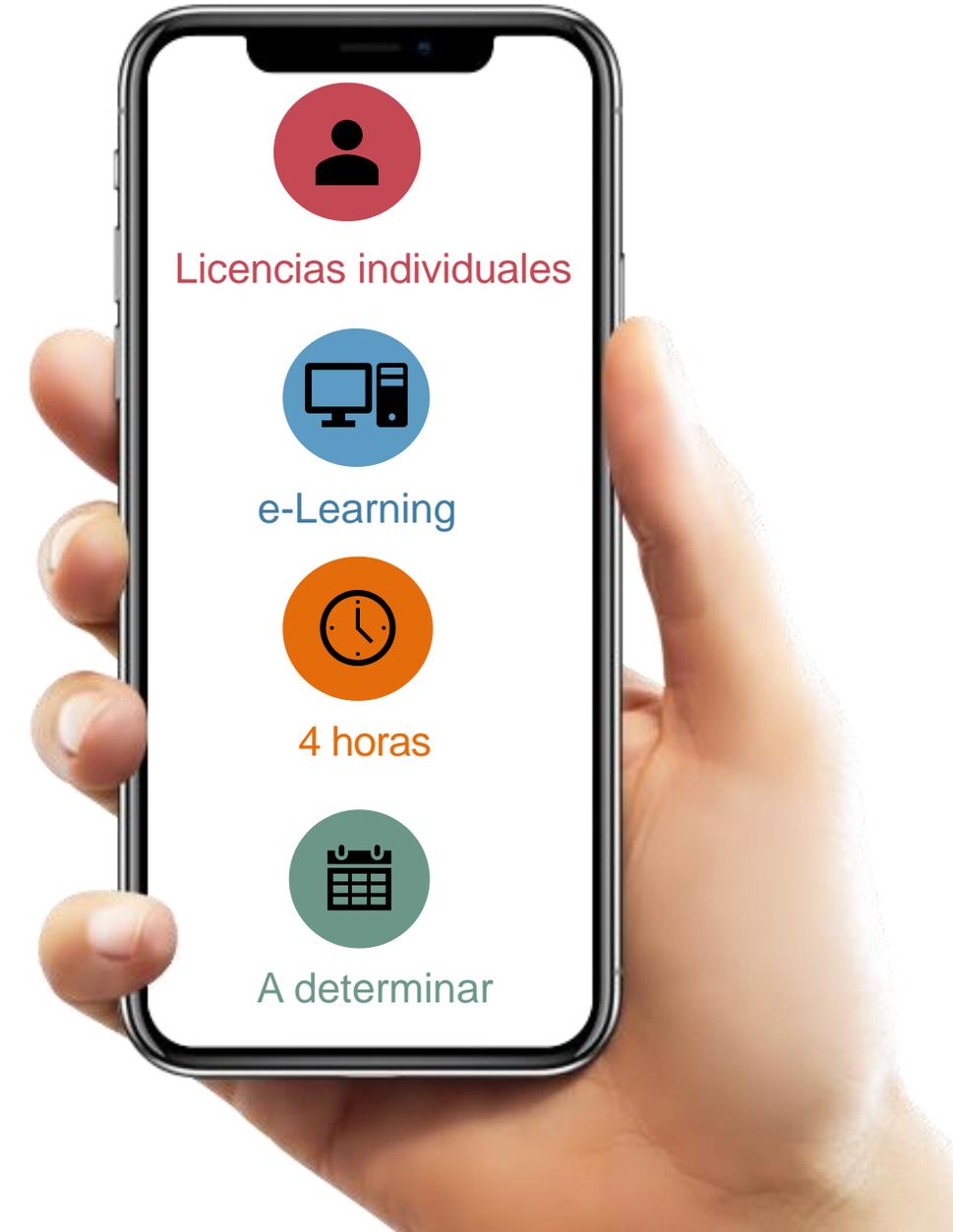
Módulo: Proactividad comercial

Objetivos

Este módulo trata de ayudarnos a desarrollar una actitud comercialmente proactiva, en la que tomemos la iniciativa, asumiendo la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan, ya que sólo si tenemos en cuenta los elementos de la Actitud Proactiva Comercial podremos alcanzar el éxito en nuestra actividad comercial.

Contenido

- ✓ La importancia de ser proactivo
- ✓ El esfuerzo continuado
- ✓ La orientación al cliente
- ✓ La imagen que transmitimos al cliente
- ✓ Planificación y optimización de recursos
- ✓ 10 puntos para ser proactivos



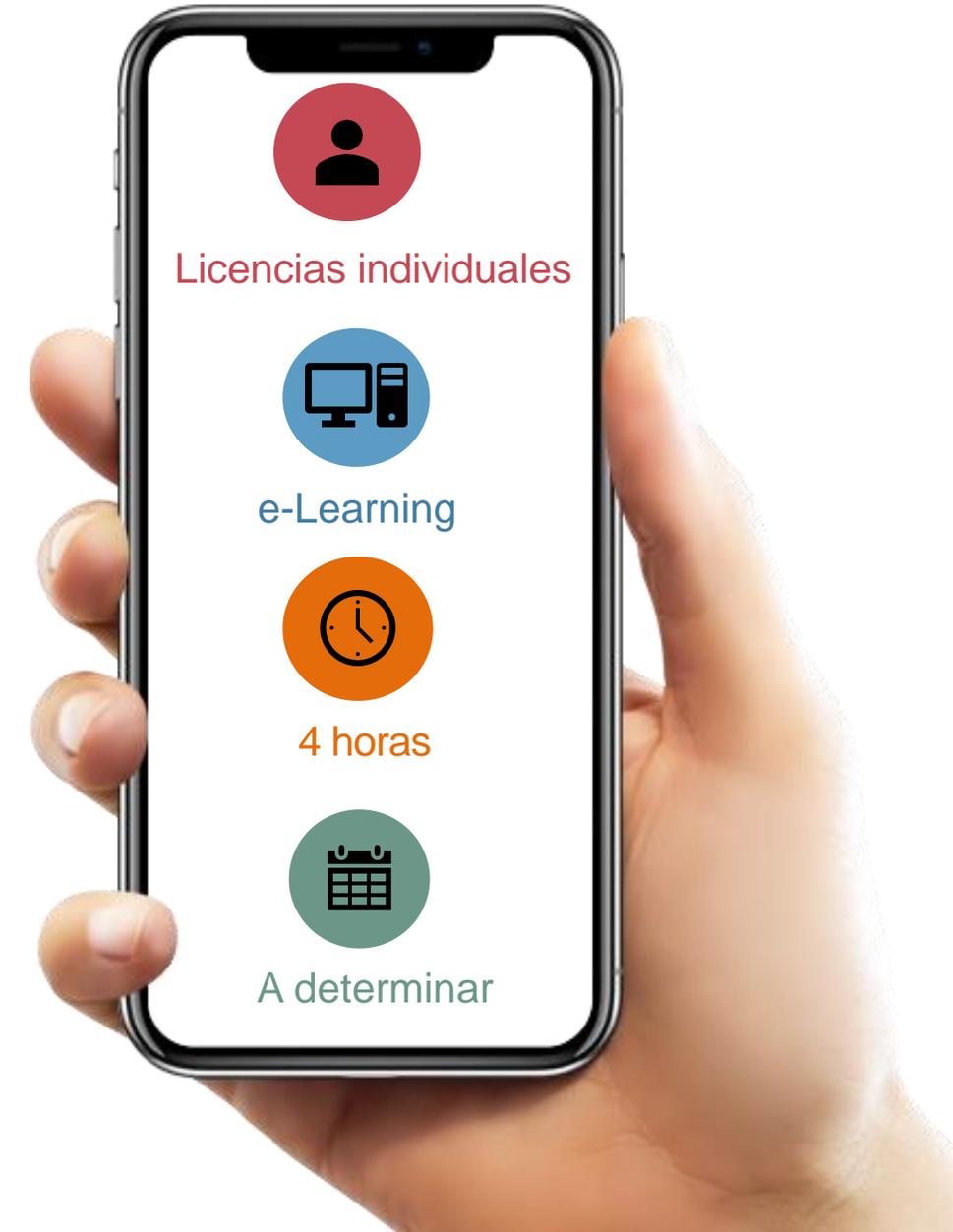
Módulo: Concertación telefónica de visitas comerciales

Objetivos

Se adquirirán las habilidades y los conocimientos necesarios para concertar con el cliente una cita, entrevista o presentación de ventas a través del teléfono, optimizando así la eficiencia de la acción comercial.

Contenido

- ✓ La concertación telefónica de visitas comerciales
- ✓ Preparación del contacto
- ✓ Contacto y generación de la cita
- ✓ Secuencia habitual de la llamada de concertación
- ✓ Dificultades frecuentes en la concertación
- ✓ Objeciones más habituales



Módulo: Convertir oportunidades en necesidades

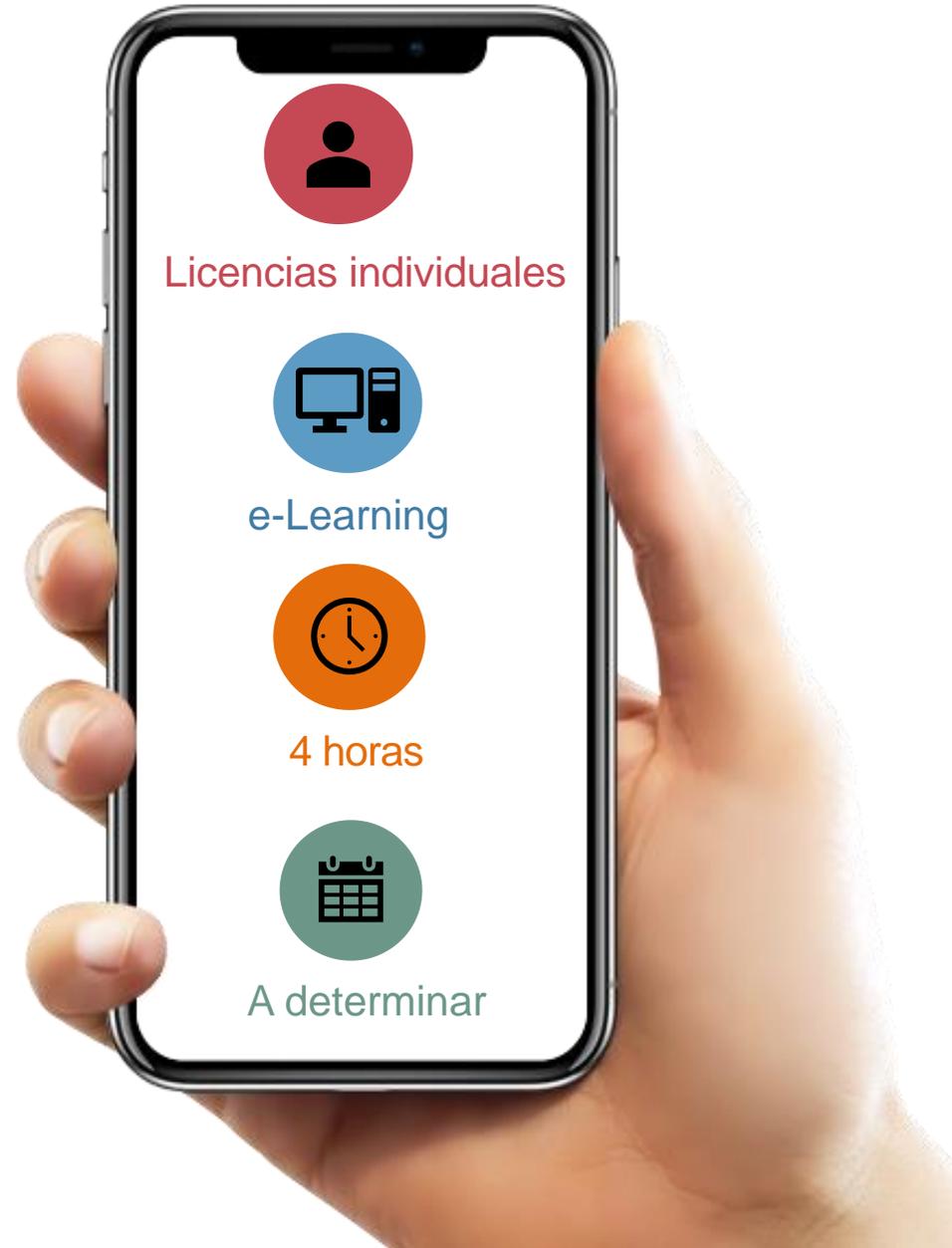
Objetivos

En la actualidad, la venta de los productos o servicios debe entenderse, en buena parte, como un asesoramiento al cliente que le ayude a satisfacer sus necesidades.

Este módulo está concebido para desarrollar las capacidades que permitan ayudar a los clientes a tomar las decisiones de compra que mejor satisfacen sus necesidades, y detectar las oportunidades que este proceso nos ofrece para la acción comercial.

Contenido

- ✓ El proceso comercial y la detección de oportunidades
- ✓ Proceso de asesoramiento comercial a clientes
- ✓ Atención de las necesidades del cliente
- ✓ Incrementar el valor de los clientes actuales
- ✓ La venta cruzada
- ✓ Beneficios de la venta cruzada
- ✓ Cómo enfocar la venta cruzada



Módulo: Argumentación comercial

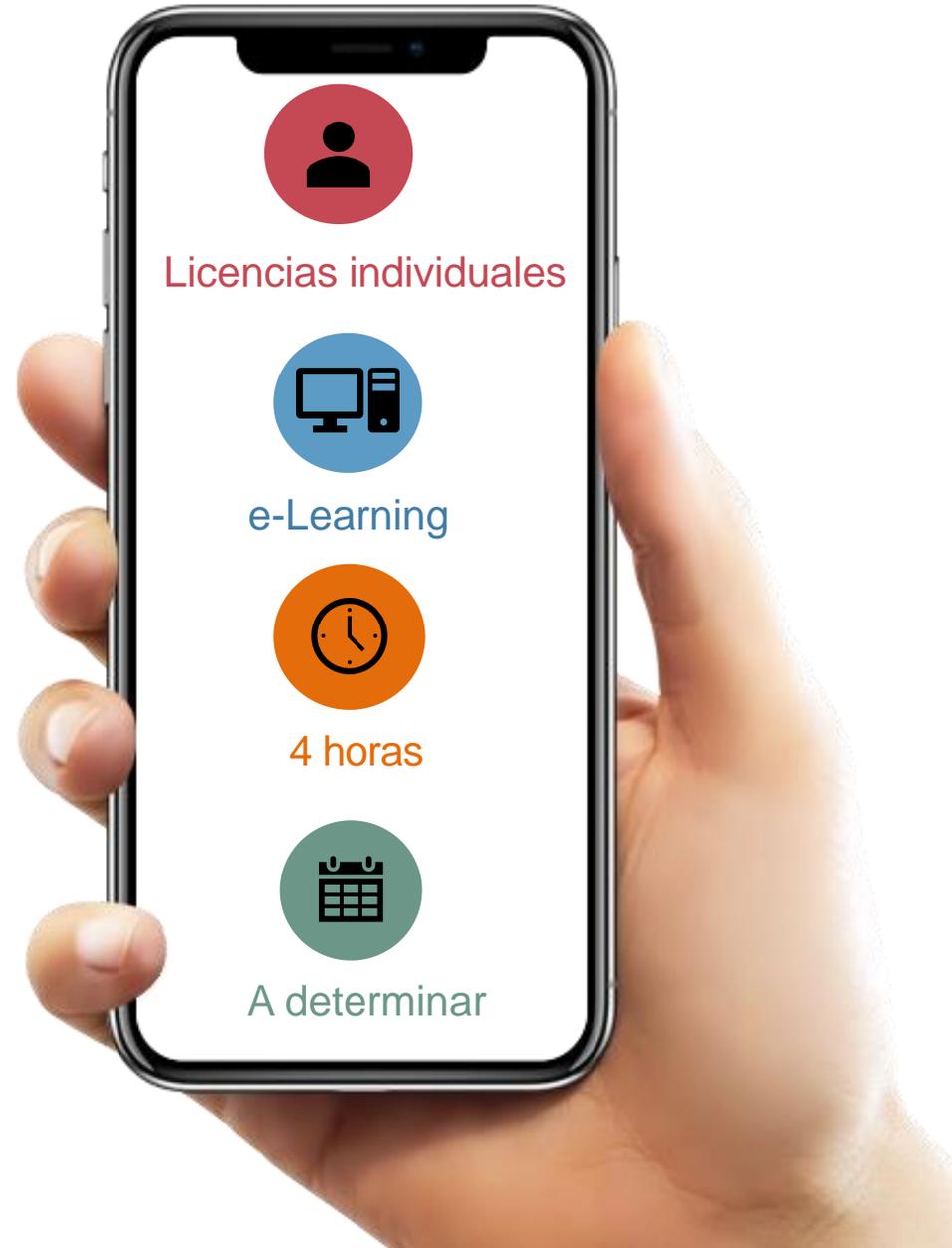
Objetivos

La argumentación comercial consiste en presentar nuestra propuesta de soluciones para cubrir las necesidades del cliente de forma clara, ordenada y enfocada al éxito.

Se aprenderán las técnicas más efectivas para desarrollar la argumentación exponiendo los beneficios de los productos o servicios, de acuerdo con las motivaciones y necesidades que detectemos en el cliente.

Contenido

- ✓ Las características del producto o servicio
- ✓ Las ventajas comerciales del producto o servicio
- ✓ Los beneficios del producto o servicio
- ✓ Secuencia de la argumentación comercial
- ✓ Apertura
- ✓ Desarrollo
- ✓ Demostración
- ✓ Presentación de Beneficios
- ✓ La argumentación: esquema a seguir
- ✓ Recomendaciones prácticas para la argumentación comercial



Módulo: La entrevista comercial

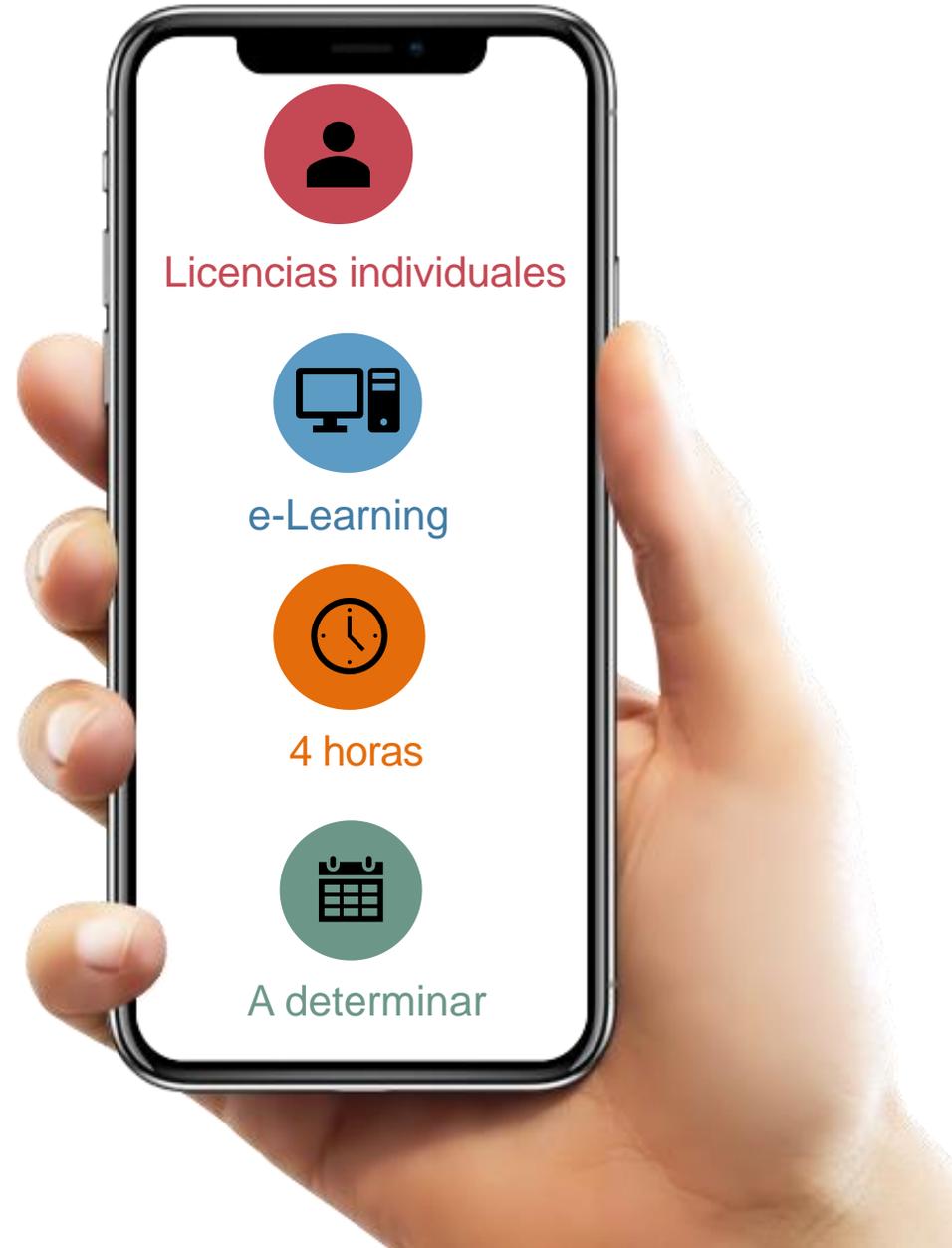
Objetivos

La entrevista comercial es algo así como “el momento de la verdad” de un comercial.

El objetivo es que el usuario aprenda cómo presentarse ante un potencial cliente, y domine las distintas técnicas que facilitan el éxito en una entrevista comercial.

Contenido

- ✓ Preparación de la entrevista comercial
- ✓ La entrevista comercial y la comunicación
- ✓ Estructura de la comunicación
- ✓ La comunicación no verbal: mirada, gestos y posturas, voz
- ✓ La comunicación verbal
- ✓ El saludo y la presentación
- ✓ La detección de necesidades
- ✓ Las preguntas
- ✓ La escucha activa y la empatía
- ✓ La capacidad de sintonizar emocionalmente con la otra persona
- ✓ Las habilidades comerciales como emisores y como receptores de la comunicación
- ✓ Defectos y barreras para una buena comunicación



Módulo: Tratamiento de objeciones comerciales

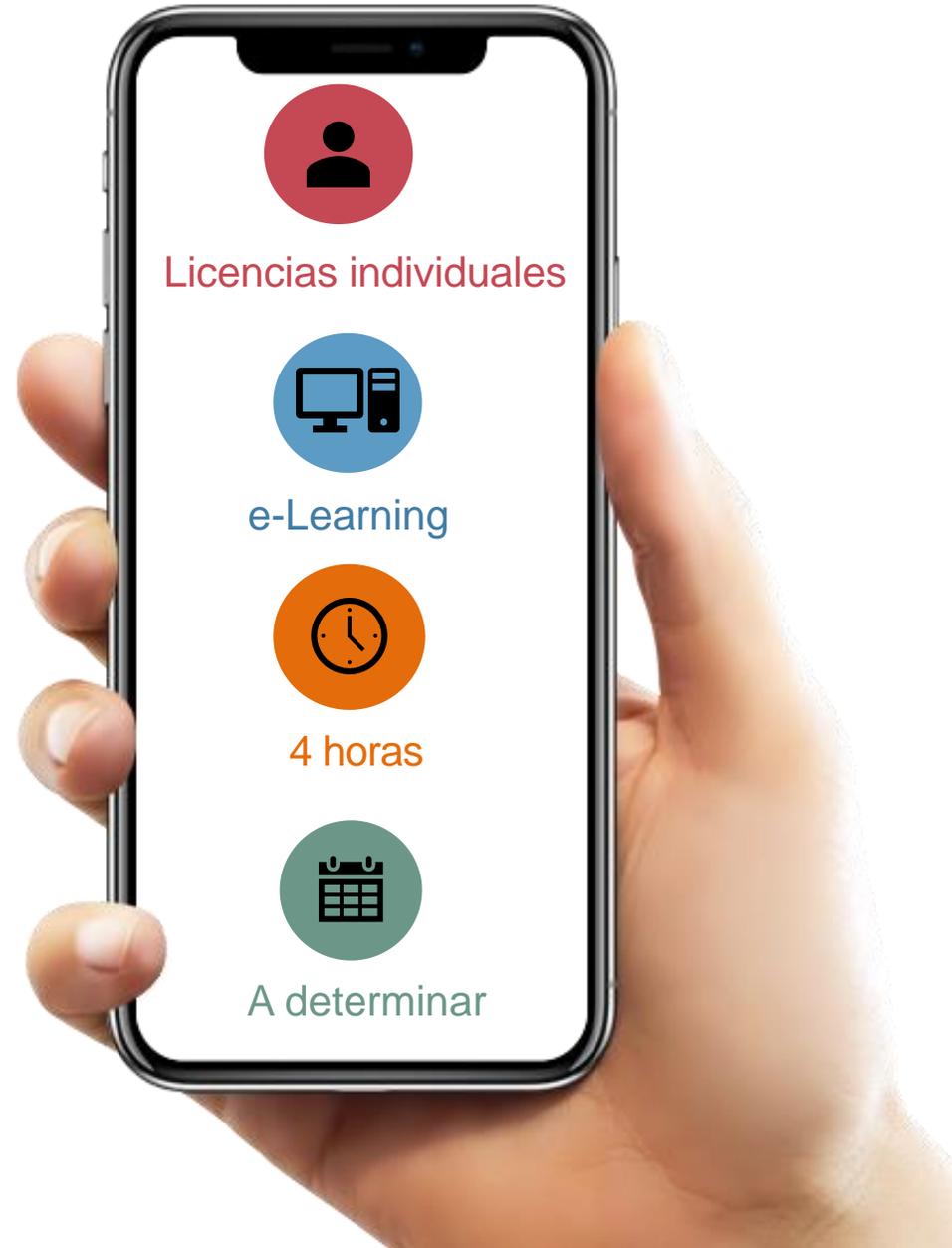
Objetivos

El usuario aprenderá la forma más eficaz de hacer frente a las objeciones comerciales, poniéndose en el lugar de sus interlocutores, para -desde esa posición- intentar convencerles.

Se abordan diferentes técnicas aplicables para rebatir la inmensa mayoría de las objeciones que se suelen presentar en las entrevistas comerciales.

Contenido

- ✓ Tratamiento de objeciones
- ✓ Qué debemos hacer cuando el cliente nos plantea una objeción
- ✓ Tipos de objeciones y formas de afrontarlas
- ✓ Técnicas para rebatir objeciones
- ✓ Reglas de oro en el tratamiento de objeciones



Módulo: El cierre de la venta

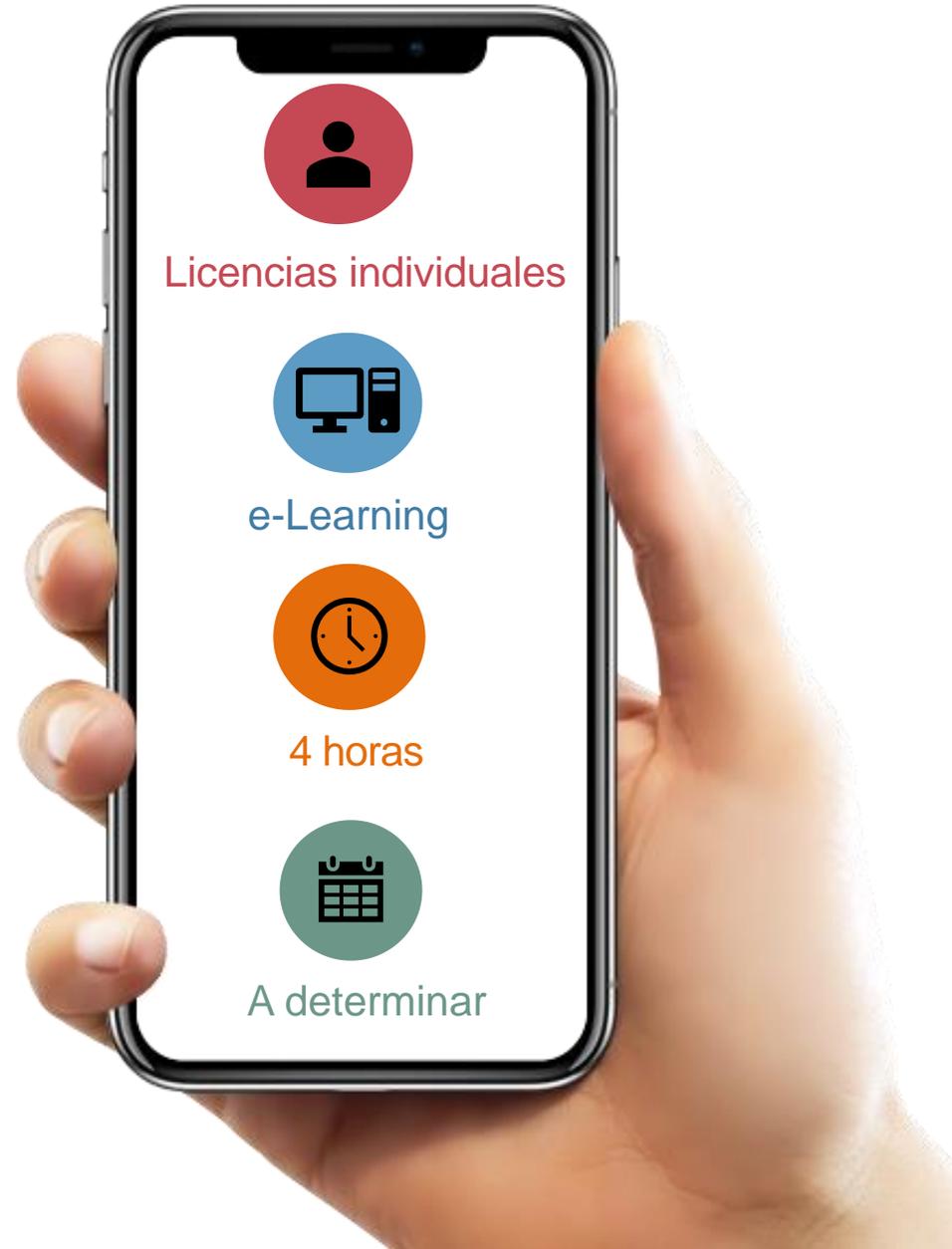
Objetivos

El cierre de una venta es la última fase del proceso comercial y es consecuencia de un proceso llevado a cabo correctamente.

Este módulo está dedicado a las técnicas de cierre más efectivas, que permiten maximizar las oportunidades de venta.

Contenido

- ✓ El cierre de la venta
- ✓ Fases en el proceso de cierre de la venta
- ✓ Las señales de compra
- ✓ Técnicas de cierre
- ✓ Después del cierre



Módulo: Fidelización y seguimiento del cliente y del negocio

Objetivos

Se analizan las herramientas para fidelizar clientes y los aspectos básicos para conseguir que el cliente siga con nosotros.

El objetivo es que los usuarios adquieran las competencias y habilidades necesarias para conseguir una adecuada y continuada fidelización de los clientes hacia la empresa, de manera que permita alcanzar los objetivos establecidos.

Contenido

- ✓ Concepto de fidelización de clientes
- ✓ Gestión de clientes
- ✓ Vinculación de clientes
- ✓ Ventajas de la fidelización
- ✓ Factores de fidelización





Nuestras formaciones e-Learning

Nuestras formaciones e-Learning

Nuestras formaciones e-Learning cumplen con las siguientes características:



NAVEGACIÓN INTUITIVA Y FÁCIL

Su uso puede ser exclusivo o complementario.



FLEXIBLE Y A MEDIDA

Reduce coste y tiempo de aprendizaje.



AHORRO DE COSTES

Suprime desplazamientos, puede compaginar formación e-Learning con formación presencial.



ACCESO FÁCIL

Asequible a todo el personal desde cualquier lugar, gran libertad de horarios y lugares de estudio.

NOS ADAPTAMOS A TUS NECESIDADES

Puedes disgregar y adquirir el/los cursos que componen el itinerario por separado.



Itinerario Formativo – Sales Impact



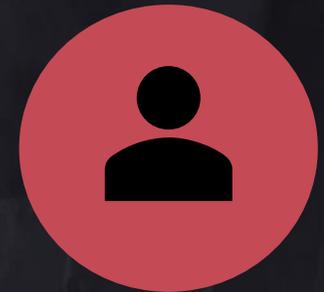
Fechas: A determinar



Duración total: 50 horas



Metodología: e-Learning



Licencias individuales por alumno



Propuesta económica

Itinerario e-Learning “Sales Impact”

Propuesta Económica

Conceptos incluidos	Importe / curso
<p>Programa e-Learning para entrenamiento de ventas en la red comercial “Sales Impact” (50h)</p> <p>El precio Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none">•Servicio de Profesor tutor•Documentación y material•Material de apoyo•Diploma acreditativo•Seguimiento semanal	<p>375€ / alumno</p> <p>SOLICITAR CURSO</p>

Precios sin IVA

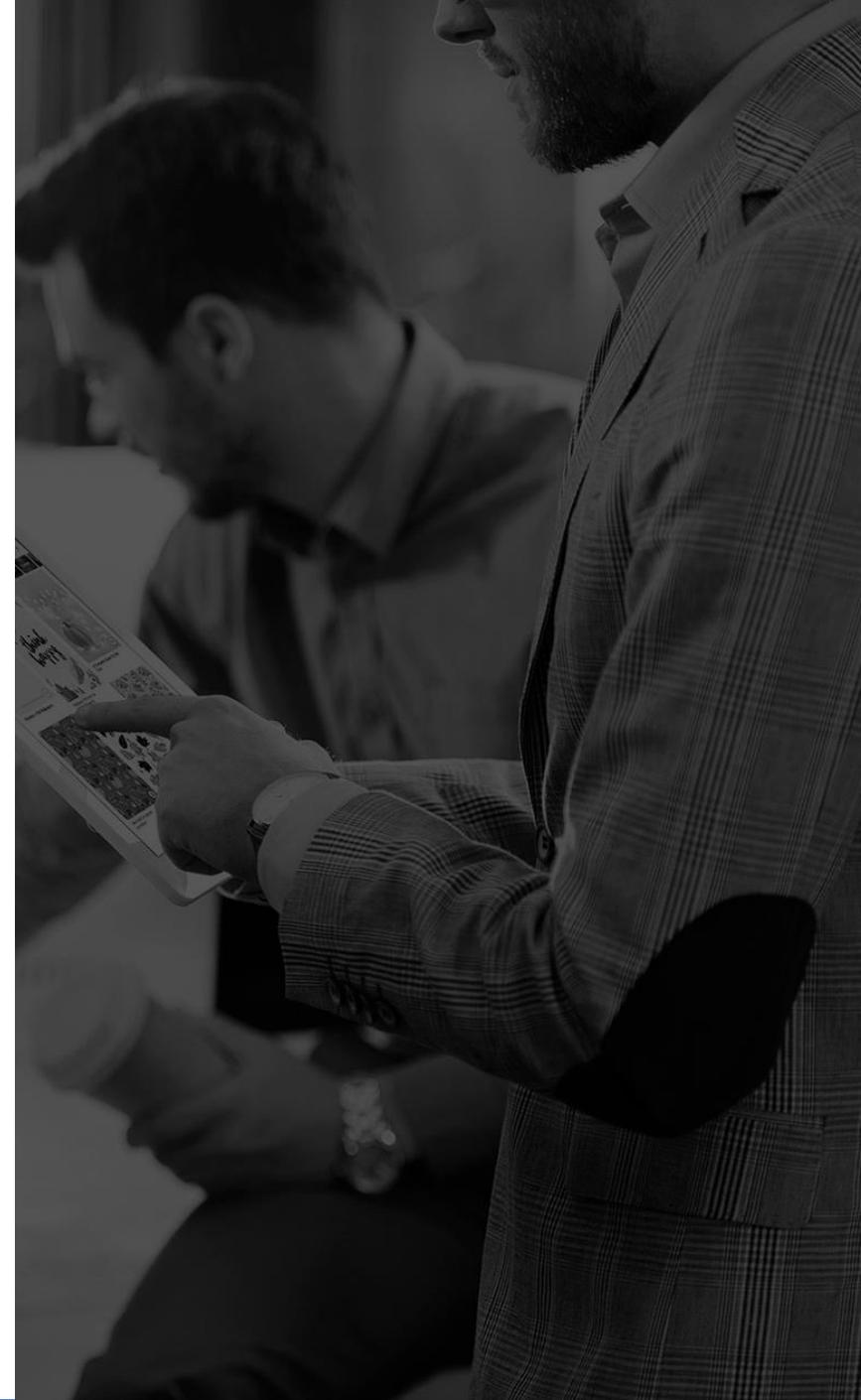
Validez de la propuesta hasta 31 de diciembre de 2021

El pago de las facturas se realizará a 30 días fecha factura mediante transferencia bancaria.

En caso de anulación, en un periodo inferior a 15 días antes de la realización de la acción formativa, se facturará un 30% del importe de la misma.

Firma y sello:

Se requiere la devolución de esta página debidamente firmada y sellada para el inicio de la colaboración con Manpower Academy.



Líderes en Excelencia, Marca de Confianza

TOP EMPLOYER



EXCELENTE



SALUDABLE



SOSTENIBLE



ÉTICA



ADMIRADA



RESPONSABLE



ATRACTIVA



MEDIOAMBIENTAL



SOSTENIBLE



COMPROMETIDA

