
PROGRAMA

“TÈCNIQUES DE VENDA I FORMACIÓ DE VENEDORS”

TIPUS CURS

Subvencionat.

MODALITAT

Aula Virtual

DURADA – 40 hores

30 hores (10 sessions síncrones de 3 hores)

10 hores (activitats per fer en treball individual).

DESCRIPCIÓ

Objectiu general:

- Analitzar i comprendre els elements que intervenen en una presentació comercial i les necessitats dels clients

Objectius específics:

- Adquirir coneixements sobre el procés comunicatiu en una situació de venda i l'argumentació que cal fer

- Aprendre a detectar indicis de compra i tècniques per presentar el preu i tancar la venda

CONTINGUTS

1. La presentació

1.1. Determinar aquells elements que intervenen en una presentació

1.2. Analitzar la c.n.v. i la seva importància en la presentació i en el procés global de la venda

1.3. Analitzar cada un d'aquests elements en les àrees

1.4. Coneixements necessaris

1.5. Destreses implicades

1.6. Comportament òptim

2. - L'anàlisi de necessitats

2.1. Respondre la pregunta: per què compra el client?

2.2. Analitzar l'empatia com a tècnica bàsica per aconseguir conèixer les necessitats del client

2.3. Aprendre a realitzar les preguntes adequades per extreure el màxim d'informació

2.4. Analitzar i desenvolupar el procés d'escolta activa

2.5. Determinar el tipus de client i l'estratègia per abordar-lo

3. - L'argumentació

3.1. Analitzar i desenvolupar el procés de la comunicació intencional

3.2. Determinar diferents tipus d'arguments

3.3. Establir les fases que componen l'elaboració i exposició de l'argument

3.4. Analitzar els requisits necessaris per elaborar i desenvolupar arguments

3.5. Aprendre tècniques de comunicació persuasiva que facilitin la fluïdesa del pensament i el control de la improvisació

3.6. Pràctiques

- 4. - El tractament de les objeccions
 - 4.1. Analitzar i estudiar els diferents tipus d'objeccions
 - 4.2. Elaborar estratègies per fer front a cada tipus d'objecció
 - 4.3. Determinar els requisits necessaris per detectar i abordar eficaçment les objeccions
 - 4.4. Pràctiques
- 5. - Tècniques de presentació del preu
 - 5.1. Establir elements implicats en la conclusió o tancament de la venda
 - 5.2. Aprendre a detectar, analitzar i valorar els indicis de compra
 - 5.3. Treballar diferents tècniques per presentar el preu
- 6. - Tècniques de tancament
 - 6.1. Analitzar els requisits necessaris realitzar un tancament de venda reeixits
 - 6.2. Treballar diferents tècniques de tancament
 - 6.3. Pràctiques

DOCENT:

Sr. Diego Albadalejo. Formació acadèmica en Dret a Barcelona, Máster en Màrqueting per Esade i Direcció Comercial per EADA. Consultoria empresarial, enfocada a la estratègia de creixement de les PYMES i a la venda de productes.