



Ventas y gestión comercial: procesos, competencias y herramientas de apoyo

OBJETIVOS

- Definir y desarrollar un proceso de gestión comercial eficaz, alineando la estrategia, la táctica y la operativa para conseguir resultados.
- Definir un plan de acción personalizado para abordar la mejora de la gestión comercial y empezar a implantarlo durante la formación.

TEMARIO

- Desarrollar procedimientos para alcanzar con éxito una óptima gestión comercial que nos permita orientar y asesorar al cliente, identificar y analizar sus necesidades, mediante la aplicación de técnicas de gestión oportunas.
- Adquirir conocimientos en técnicas de negociación comercial y desarrollar habilidades para negociar con la clientela y resolver conflictos.
- Determinar pautas de actuación que favorezcan el contacto con clientes potenciales.
- Identificar los elementos a tener en cuenta en la estrategia de comunicación con el cliente.
- Especificar adecuadamente, los pasos a dar en la venta, teniendo en cuenta las necesidades del cliente.
- Implementar las diferentes técnicas y herramientas necesarias para alcanzar con éxito la gestión comercial y el proceso de negociación.
- Identificar a los y las interlocutoras, visibles y no visibles, sus intereses, perfil y estilo.
- Presentar un modelo de éxito en la preparación de las entrevistas y la negociación.

REQUISITOS Y OBSERVACIONES

- El lugar de celebración de los apoyos in situ se acordarán entre profesorado y empresa, pudiendo ser online o físicos, según las circunstancias de cada momento. El plazo máximo para recibir el último apoyo in situ es de 2 semanas tras la última sesión.
- Este curso también puede realizarse In Company en castellano o en euskera.

TIPO DE PROYECTOS QUE SE PUEDEN DESARROLLAR

- Sistematizar el proceso comercial en la empresa, identificando sucesos del proceso, hitos importantes, personas comerciales y "no comerciales" con responsabilidad comercial en dicho proceso, competencias necesarias, etc.
- Desarrollar una planificación comercial en la empresa para decidir quién tiene que realizar qué acciones comerciales en qué tiempo o con qué periodicidad, con qué clientes y para conseguir qué objetivos.
- Desarrollar procesos con acciones concatenadas con los objetivos de prospectar clientes nuevos, captar clientes prospectados, crecer fidelizar y vincular a los clientes ya creados y defender dichas cuentas ante las incidencias que puedan surgir.
- Crear, desarrollar o mejorar herramientas para apoyar en la gestión comercial.
- Elaborar un documento único comercial con herramientas y buenas prácticas comerciales.

SESIONES GRUPALES	6
TESTS	2
AUTOFORMACIONES	2
APOYOS IN SITU	2
HORARIO	9:00-14:00
DURACIÓN	3 meses
PRECIO ENTIDAD COLABORADORA	410 € + IVA
PRECIO ENTIDAD NO COLABORADORA	1400 € + IVA

IMPARTE

Ana Blanco (Grupo Bentas)
Ion Uzkudun (Abantian)

CONVOCATORIAS PROGRAMADAS

2. DONOSTI:
20 septiembre; 4 y 25 octubre; 8 y 29 noviembre
Ion Uzkudun (CASTELLANO)



Fechas programadas en versión online. Información en índice (pág. 3-6).

MODALIDADES



PLANIFICACIÓN

Autoformación



Autoformación

