

## CLIENTES

## VENTAS Y GESTIÓN COMERCIAL: PROCESOS, COMPETENCIAS Y HERRAMIENTAS DE APOYO (PRESENCIAL)

## 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.

## 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.

## IMPORTE

Silvia Angueira (Grupo Bentas)  
Ion Uzkudun (Abantian)

## CONVOCATORIAS PROGRAMADAS

## 2. DONOSTIA

19 septiembre; 3, 17 y 31 octubre; 21 noviembre  
Ion Uzkudun (CASTELLANO)

Este curso también se oferta en formato online. Información en <https://www.euskalit.net/knowinn/23VENTASONLINE>

## OTRAS MODALIDADES DISPONIBLES

Este curso también se puede impartir *in company*, en castellano o euskera, en organizaciones que deseen personalizar fechas, horarios o con formatos adaptados a necesidades concretas.

## HORARIO

PRECIO ENTIDAD COLABORADORA

PRECIO ENTIDAD NO COLABORADORA

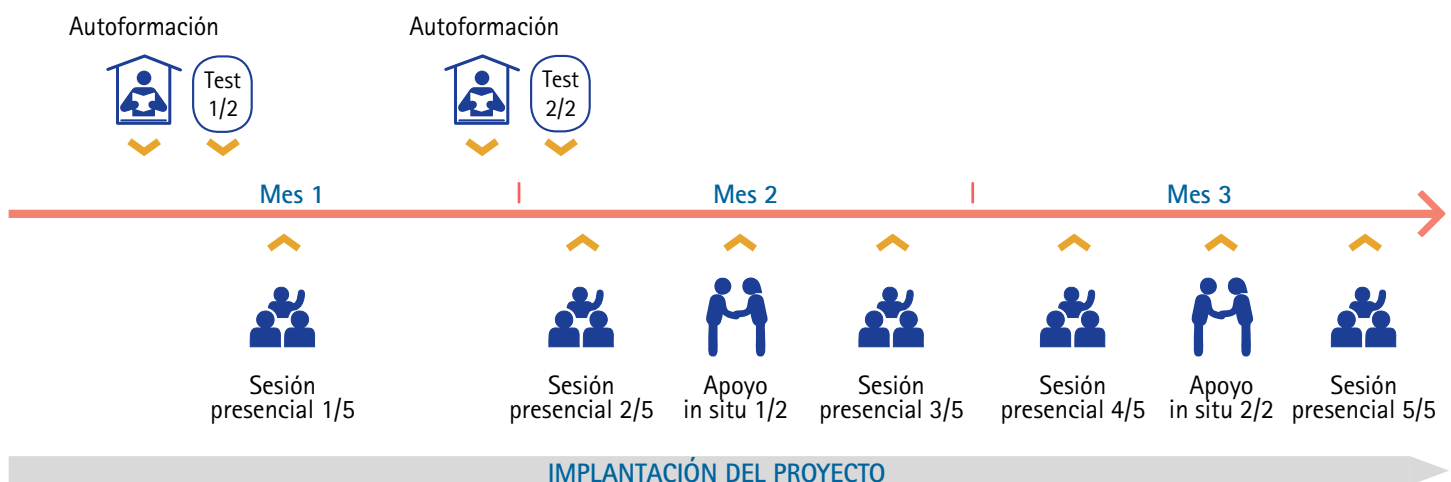
9:00-14:00

410 € + IVA

1400 € + IVA

## DESARROLLO DEL PROYECTO

DURACIÓN 3 meses



## Inscripción

<https://www.euskalit.net/knowinn/23VENTAS>

Información complementaria [www.euskalit.net/knowinn](http://www.euskalit.net/knowinn) Tfno. 94 420 98 55 [euskalit@euskalit.net](mailto:euskalit@euskalit.net)

Compromisos al inscribirse

Lea los terminos y condiciones  
pinchando **aquí**