

ARGUMENTACIÓN Y OBJECIONES EN EL PROCESO DE VENTA



Presentación

El presente curso hace un recorrido por el proceso de argumentación y presentación de objeciones, así como da pautas para llevar a cabo una eficaz gestión del tratamiento telefónico. De forma que al concluir el curso habrá mejorado sus habilidades comerciales y desarrollado otras de gran importancia. Además el conocimiento de técnicas de marketing será de gran utilidad para el desarrollo de su trabajo diario.

Objetivos

- **Saber** cómo utilizar las técnicas de comunicación personal, telefónica y escrita para tratar las situaciones difíciles con la mayor eficacia.
- **Conocer** las técnicas más eficientes de persuasión y negociación para convertir a los clientes insatisfechos en clientes fieles.
- **Saber** utilizar herramientas para transmitir una imagen de empresa interesada en la atención y servicio al cliente.

Dirigido a

Personal del departamento de reclamaciones, atención al cliente, venta al público, servicio postventa, comercial y administración... y en general a cualquier miembro de la empresa que realice acciones de atención al cliente.

- 1. Argumentar es vender**
 - a. La argumentación
 - b. Introducción
 - c. Definiciones
 - d. ¿Qué argumentos utilizar?
 - e. El control de los argumentos
 - f. El arte de escuchar
 - g. El silencio: un instrumento eficaz
 - h. La escucha activa
 - i. Algunos consejos para escuchar mejor
- 2. Objeciones y excusas**
 - a. Las excusas
 - b. Razones que motivan las objeciones
 - c. ¿Dónde aparecen las objeciones?
 - d. La actitud frente a las objeciones
 - e. Tácticas para combatir las objeciones
 - f. Objeciones que se deben aceptar
 - g. La objeción más difícil: el precio
- 3. Actitud ante las críticas y reclamaciones**
 - a. Introducción
 - b. Consejos de actuación
 - c. Procedimiento para detener a un cliente enojado
 - d. Lo que nunca debemos hacer
 - e. Frases más adecuadas para canalizar una reclamación
 - f. El cliente agresivo
- 4. La atención telefónica**
 - a. Las limitaciones del teléfono
 - b. Estilos telefónicos
 - c. La voz y el tono
 - d. El volumen
 - e. La velocidad
 - f. El silencio
 - g. Conclusiones
 - h. El estilo de la casa
 - i. Una buena práctica telefónica
 - j. Pautas para responder una llamada
 - k. El control de la llamada
 - l. El planteamiento de preguntas
 - m. La escucha telefónica
 - n. Las llamadas al exterior
 - o. Quejas y reclamaciones
 - p. Tipos de clientes: identificación y tratamiento
 - q. El cierre en la venta telefónica

Modalidad	Presencial	Semipresencial	On Line
			10 horas.

Fechas	
--------	--

Documentación	• Contenido Multimedia. • Recursos Adicionales • Foros de Debate • Pruebas de evaluación Plataforma, contenidos y sistema tutorial adaptado a Bonificaciones de Fundae
---------------	--

El Tutor	RAMÓN VALIENTE
	Desde hace años trabaja en el campo del Marketing Digital, los Contenidos Digitales, y la Comunicación Digital. Como socio de una agencia de Marketing, está especializado en las áreas de Inbound Marketing y Marketing Automation, con la vista siempre puesta en el desarrollo de negocio/ventas de las empresas. Además, participa en proyectos para la mejora de las Habilidad de equipos comerciales, directivos, etc, habiendo colaborado con diversas empresas ya sea como formador, entrenador o tutor online



CONSULTAR PRESUPUESTO		

