



PROCESO DE VENTAS: ARGUMENTACIÓN Y OBJECIONES

PRESENTACIÓN

Nos encontramos ante grandes cambios respecto a lo conocido hasta ahora, con una clientela cada vez más exigente y con menos fidelidad.

La empresa debe, por lo tanto, estar permanentemente mejorando sus equipos comerciales y la eficacia de los procesos para poder cumplir con los objetivos comerciales. Adquiere relevante importancia la formación continua en ventas.

El presente curso hace un recorrido por el proceso de la argumentación, la demostración y el tratamiento de las objeciones en el proceso de la venta.

Al finalizar el mismo, los y las participantes habrán mejorado sus habilidades comerciales y desarrollado otras de gran importancia

MODALIDAD Y DURACIÓN

TELEFORMACIÓN - 15 horas de duración

Plataforma, contenidos y sistema tutorial adaptado a Bonificaciones de Fundae con acceso a:

- Contenido Multimedia.
- Videotutoriales
- Recursos Adicionales
- Foros de Debate
- Tutorías por Aula Virtual
- Pruebas de evaluación

Este curso es bonificable ante Fundae.

Desde BAI ofrecemos realizar la gestión sin coste adicional para la empresa.

OBJETIVOS

- Desarrollar determinadas aptitudes, actitudes y habilidades que tienen como fin que el proceso de la venta sea un proceso eficaz y eficiente. Ello se logra cuando las dos partes, la que compra y la que vende, se sienten satisfechas. La satisfacción de la clientela se traduce en fidelización y en una serie de ventajas asociadas a la misma.

DIRIGIDO A

- El programa está dirigido al personal de los distintos departamentos comerciales, de atención al/la cliente, servicio postventa, administración y en general cualquier persona de la empresa que realice acciones comerciales de atención al/la cliente y venta con independencia de su status y/o nivel jerárquico.

CONTENIDOS

1. La argumentación en la venta

- a. ¿qué es argumentar?
- b. Tipos de argumentación.
- c. El lenguaje cuando se argumenta.
- d. Consejos para argumentar.

2. El argumentario de ventas

- a. El argumentario de ventas.
- b. Elementos de un buen argumentario.
- c. ¿cómo crearlo?
- d. Tipos de argumentarios de ventas.

3. La demostración en la venta

- a. ¿qué es demostrar?
- b. Objetivos de la demostración.
- c. Estructura de presentación del producto.
- d. Formas de demostrar.
- e. Consejos para demostraciones de éxito.

4. Actitudes negativas de la clientela

- a. Indiferencia.
- b. Rechazo.
- c. Escepticismo.
- d. Tipos de clientes “no”.

5. Objeciones

- a. Objeciones falsas o tácticas.
- b. Objeciones verdaderas o reales.
- c. Reglas para tratar las objeciones.
- d. Técnicas aplicables en su tratamiento.

6. La objeción del precio

- a. Formas de presentar el precio.
- b. Recursos frente a la objeción del precio.
- c. ¿cómo superar la objeción?

EL TUTOR

Julio Alba Fernández

- Consultor y formador en el área Comercial y Marketing. Inició su carrera profesional en diversas empresas nacionales y multinacionales.
- Como formador ha trabajado en compañías de consultoría, formación y escuelas de negocio diversas en las que ha impartido formación In Company durante más de 20 años a variedad de empresas en el área Comercial y de Atención al/la Cliente.
- Profesor titular durante varios años en el Grado en Dirección Comercial y Marketing de varias Escuelas de Negocios, donde imparte varias asignaturas.
- Profesor colaborador de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid.



FECHAS

Del 23 de abril al 29 de mayo de 2026

PRESUPUESTO

Hasta 9 participantes	De 10 a 25 participantes	De 26 en adelante
112,5 €/persona (7,5 €/h/persona)	105 €/persona (7 €/h/persona)	90 €/persona (6 €/h/persona)

La facturación tendrá el siguiente desglose:

- Tutorización de los cursos: 88% de la venta (exento de IVA).
- Contenidos Multimedia: 8% de la venta (+ IVA).
- Plataforma: 4% de la venta (+IVA)