



COMUNIDAD INDUSTRIAL VINCULA

CENTRO DE FORMALIZACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN

LA VENTA CONSULTIVA

“EL VENDEDOR PROFESIONAL”

CURSO EN LÍNEA



Vincula

Industrial Community

La Venta Consultiva “El Vendedor Profesional”

Los mejores vendedores se hacen, no nacen, el éxito proviene de una combinación de capacidad innata y habilidades adquiridas. El conocimiento y las habilidades necesarias para satisfacer las complejas y competitivas condiciones del mercado se adquieren mediante capacitación, entrenamiento y una práctica intensa.

Como consecuencia de una serie de presiones competitivas y económicas, las empresas se han visto en la necesidad de adoptar una postura más orientada al mercado. Las empresas orientadas al mercado coordinan e integran todas sus actividades con el objetivo de mejorar el nivel de satisfacción de sus clientes, dando lugar a que surja un nuevo tipo de vendedor, “**El Vendedor Profesional**”

“**El Vendedor Profesional**” lejos de limitarse a obtener pedidos, se encuentra ayudando a su cliente a resolver problemas en una constante labor de consultoría. Por otro lado, cumple con un papel estratégico en su compañía ya que transmite los deseos y necesidades de sus clientes con la finalidad de que se desarrollen los productos y servicios apropiados.

En la época moderna, las empresas no compran, establecen relaciones. “**El Vendedor Profesional**” proporcionan un elemento insustituible en el mercado ya que sirven como enlace personal entre los sistemas de compra y de venta. Son responsables de establecer y conservar plataformas de relación entre compradores y vendedores.

Las actividades propias de la venta personal suelen requerir más personal y costar más dinero que cualquier otra fase del programa de marketing. Más aún, los resultados del equipo de venta suelen ser un factor determinante para el éxito de la empresa, por lo tanto, la administración del equipo de ventas es fundamental en el esfuerzo de administración realizado por la organización.

El papel que desempeña el equipo de ventas en las empresas orientadas al mercado es mucho más significativo ya que los vendedores asumen un papel más propio de consultor; asesoran a sus clientes para ayudarlos a identificar sus necesidades y sus problemas, coordinan la recopilación de información sobre el mercado y resuelven los problemas y satisfacen las necesidades de sus clientes.

Una empresa orientada al mercado se esfuerza por mejorar el nivel de satisfacción de los clientes mediante la mejora continua de todas sus operaciones. Este proceso conocido como Administración de la Calidad Total (ACT) se basa en método de trabajo en equipos en el que se comparten las decisiones, es un proceso continuo que siempre empieza y termina en los clientes que se comunican con los vendedores.

En este proceso la información fluye del cliente a la compañía y de la compañía al cliente fundamentalmente a través del personal de ventas. Los vendedores transmiten las preguntas que se les formulan respecto a los productos y sus especificaciones, los pedidos, los problemas de los clientes, etc. Los departamentos de la compañía que usan esta información se convierten en los clientes internos del vendedor, por supuesto que los vendedores facilitan información a sus clientes.

La calidad de la información que el vendedor transmite al cliente es uno de los factores de mayor importancia para lograr la satisfacción del cliente.

En la actualidad el trabajo de ventas se coloca en la identificación y en la solución de problemas del cliente mediante la **venta consultiva**. La era de la venta consultiva constituye un derivado del concepto de marketing, puesto que coloca a los vendedores como extensiones del centro de compras de sus clientes. Los vendedores actúan como consultores que ayudan a sus clientes a alcanzar sus objetivos (personales y organizacionales) y a mejorar sus ganancias. Hacen esto recomendando las mejores soluciones a los problemas de sus clientes. Las compañías que practican este tipo de venta reconocen la importancia de desarrollar relaciones positivas a largo plazo con sus clientes.

En la **venta consultiva**, el vendedor ofrece soluciones.

Objetivos del Curso

Los participantes:

- Conocerán y comprenderá la actual dinámica de los mercados.
- Conocerá el proceso de venta personal y las técnicas de implementación de la venta consultiva en el trabajo cotidiano
- Desarrollará habilidades en el manejo de la venta consultiva que le permitirán incrementar los resultados del desempeño de su trabajo
- Contarán con los conocimientos necesarios de planificación y administración de clientes y prospectos
- Contará con los conocimientos necesarios para ofrecer un servicio extraordinario, más allá de las expectativas del cliente.

Contenido

Capítulo I.- Desarrollo de habilidades

- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Comunicación
- Inteligencia emocional

Capítulo II.- Características del proceso de ventas

- La venta consultiva
- El papel del vendedor en la venta consultiva
- La dirección y gerenciamiento de ventas

- ④ La venta en equipo

Capítulo III.- Principios de Marketing

- ④ Las organizaciones
- ④ ¿Qué es la mercadotecnia?
- ④ Mezcla de marketing
- ④ Mercados
- ④ Segmentación de mercados
- ④ Proceso de toma de decisión de compra
- ④ Procesos de comunicación (vendedor – comprador- vendedor)
- ④ Estrategia de Marketing
- ④ Investigación de mercados
- ④ Planeación de marketing

Capítulo IV.- La venta consultiva exitosa

4

- ④ Construya un negocio de ventas confiable
- ④ Apunte a los mejores prospectos (Prospección)
- ④ La aproximación (Acercamiento y exploración)
- ④ La entrevista de alta confianza
- ④ La solución
- ④ La acción
- ④ La relación – Proceso de consultoría
- ④ Cautive al cliente
- ④ Incube a sus clientes

V.- Planificación y administración de clientes

- ④ Análisis situacional
- ④ Análisis de cliente
- ④ Venta complementaria
- ④ Metas por cliente
- ④ Presupuesto de ventas
- ④ Planificación de esfuerzos

VI.- Servicio extraordinario, más allá de las expectativas del cliente

- ④ El proceso de servicio
- ④ Claves del servicio
- ④ Retroalimentación
- ④ Oportunidades para un servicio extraordinario
- ④ “CEDA el paso”. Técnica para atender a clientes molestos

Metodología

El Vendedor Profesional es un curso basado en el modelo de la venta consultiva que se imparte en línea, se encuentra integrado por 6 capítulos y 13 lecciones.

Funciona de la siguiente manera:

- A cada participante se le asigna un tutor personal
- Se inicia con una sesión por videoconferencia entre el participante y su tutor en la que, se explica la metodología de trabajo y se realiza una exploración de los conocimientos y experiencia del participante sobre el tema. El Vendedor Profesional es un curso personalizado con base a la experiencia, expectativas y mercado en el que se desenvuelve cada participante.
- El tutor de cada participante le enviará por correo el contenido de la primera lección y programará una sesión de tutoría por videoconferencia para que una vez estudiado el contenido se ahonde en el tema, se aclaren dudas y se aconseje sobre su implementación. Cada sesión de tutoría por videoconferencia tiene una duración de entre 60 y 90 minutos. Después de la sesión de tutoría y con base al criterio del Tutor se podrá continuar con la siguiente lección, en cuyo caso, le enviará los contenidos, si el participante no reúne los conocimientos para la siguiente lección tendrá que volver a estudiar el contenido de la 1ª lección y se programará una nueva fecha para la sesión de tutoría de la 1ª lección. La misma mecánica se aplica para el resto de las lecciones.
- El curso cuenta con 12 lecciones y 14 sesiones de tutoría, la 1ª sesión de exploración y el resto una por cada lección. El participante podrá repetir hasta 3 sesiones de tutoría durante el curso.
- Las lecciones se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

Capítulo	Lección	Contenido
I.- Desarrollo de habilidades	1	Liderazgo Trabajo en equipo
	2	Comunicación Inteligencia emocional
II.- Características del proceso de ventas	3	La venta consultiva El papel del vendedor en la venta consultiva Dirección y gerenciamiento de ventas La venta en equipo
III.- Principios de Marketing	4	Las organizaciones ¿Qué es la mercadotecnia? Mezcla de marketing Mercados

		Segmentación de mercados Proceso de toma de decisión de compra
	5	Procesos de comunicación (vendedor – comprador-vendedor) Estrategia de Marketing Investigación de mercados Planeación de marketing
IV.- La venta Consultiva Exitosa	6	Construya un negocio de ventas confiable Apunte a los mejores prospectos (Prospección) La aproximación (Acercamiento y exploración)
	7	La entrevista de alta confianza
	8	La solución La acción
	9	La relación – Proceso de consultoría Cautive al cliente Incube a sus clientes
V.- Planeación y administración de clientes	10	Análisis situacional Análisis de cliente
	11	Venta complementaria Metas por cliente
	12	Presupuesto de ventas Planificación de esfuerzos
VI.- Servicio Extraordinario, más allá de las expectativas del cliente	13	El proceso de servicio Claves del servicio Retroalimentación Oportunidades para un servicio extraordinario “CEDA el paso”. Técnica para atender a clientes molestos

- 🕒 En los contenidos se incluyen ejercicios por cada lección
- 🕒 Al término del curso se aplica un instrumento de evaluación y una sesión de retroalimentación con el tutor.
- 🕒 Se recomienda estudiar 2 lecciones a la semana

Tutor y desarrollador de los contenidos

- 🕒 Fernando Figueroa
- 🕒 Maestro en mercadotecnia e inteligencia de mercados egresado de la Universidad Complutense de Madrid. Cuenta con más 25 años de experiencia como consultor en ventas y mercadotecnia.

Entre las empresas a las cuales ha prestado sus servicios se encuentran:



En México: Sears Roebuck de México, Liverpool y Fábricas de Francia, Farmacias del Ahorro, Omnibus de México, Grupo Xtra Textil, Mattel de México, Bexkuni y Mexotic, Ediciones BOB, METROREY, INFOTEC, Grupo POLAK, Universidad Anáhuac

En otros países: Metalúrgica de San Marcos (Argentina), Balphin Medical's (Argentina), USA Wireless (USA), Trendware (USA), Kurt Salmon (España), Penalty (Brasil), Moratto (Chile)

El curso "El Vendedor Profesional" se ha impartido a más de 100 empresas

Última actualización de contenidos enero del 2020

Inversión

\$4,700.00 + IVA por persona

Socios Vincula \$3,500.00 + IVA por persona

Precios especiales por grupos con base a la cantidad de personas.

Mayores informes y contrataciones



Vincula

Industrial Community

www.vincula.com.mx

contacto@vincula.com.mx

Tel: 5533048077, 4423729568