

Temario de Seminario

Descripción del Curso: Este curso está orientado a gente de negocios que comercializa servicios intangibles como capacitación, publicidad, consultoría, etc. Se compone estructuralmente de una metodología específica que cierra completo el ciclo de ventas desde el inicio hasta la culminación del proceso del mismo. Hemos utilizado herramientas de PNL (Programación Neuro Lingüística) lo que permite que el conocimiento aprendido se aplique inmediatamente reduciendo la curva de olvido. Material multimedia y una estructura dinámica ha sido implementada para la impartición de este seminario.

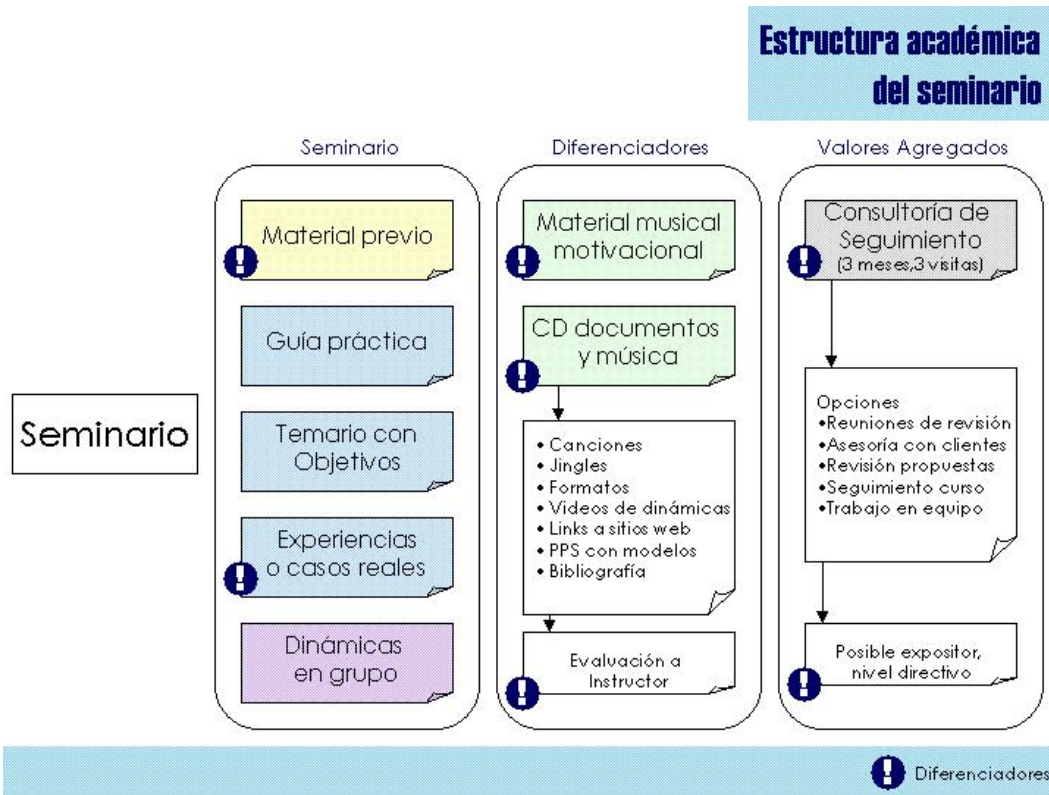
Objetivo: Al terminar el curso los participantes serán capaces de implementar una metodología eficaz dentro de sus cuentas y proyectos que les permitirá mantener una mejor administración de sus tiempos, recursos y actividades

Prerrequisitos: Lectura del material previo (indispensable)

Duración: 24 hrs

Contenido:

<p>Introducción Explicación de la mecánica del curso Integración de los participantes y revisión de objetivos personales, Expectativas y actividades a desarrollar Revisión de las políticas y reglas del curso</p>	<p>Análisis y Relevamiento Presentación personal Agenda y justificación de la reunión Estructura de relevamiento (MétodoBlau) Guía para el análisis de la información Tipos de preguntas Dirección de la entrevista Revisión y confirmación de información Proceso de compra Bases para propuestas económicas Dinámica grupal</p>
<p>Determinación de un método de ventas Mi método actual Descripción de la metodología consultiva Beneficios de contar con un método de venta Negocios cíclicos</p>	<p>Propuesta de Negocios Diseño de soluciones Manejo de objeciones Formulación de beneficios específicos Estructuración de la propuesta Agregar valor a la propuesta Exposición de la propuesta Generación de compromiso y CIERRE Plan de trabajo y calendarización Dinámica grupal</p>
<p>Prospección ¿Qué es prospectar? Importancia de una buena prospección Formas y medios de prospección Manejos de referidos y recomendaciones Dinámica grupal</p>	<p>Implementación de la Solución Clientes internos y externos Responsables del proyecto internos y externos Potenciación de oportunidades dentro del cliente Manejo de imprevistos Dinámica grupal</p>
<p>Contacto Inicial ¿Qué es el contacto inicial? Formas y medios de iniciar el contacto Justificación del contacto Estructuración del primer mensaje Medios efectivos de contacto: teléfono, e-mail Correos de voz Contactando el decisor correcto Manejo de obstáculos Confirmación y envío de agenda Objetivos para la entrevista Dinámica grupal</p>	<p>Seguimiento Supervisión de la solución Generación de nuevos negocios Ganando aliados en el cliente Estrategia de seguimiento Dinámica grupal</p>



Estructura académica de cada unidad

