

Formación comercial

Una **buena formación** resulta **imprescindible** para **alcanzar el éxito empresarial**. Los cursos de formación impartidos por Iddealia buscan **cualificar a profesionales** que respondan con garantías a mercados más competitivos y dinámicos



Curso...

Dirigido a....

Atención telefónica

Todas aquellas personas que utilicen el teléfono en su gestión comercial y también aquellas que apoyen la labor de la red comercial.

Técnicas de venta

Todas aquellas personas dedicadas a la venta y que en su día a día tienen que negociar.

Negociación

Distribución comercial

Todas las personas cuyas funciones estén vinculadas a la distribución comercial: gerentes, directores comerciales y ejecutivos.

Metodología

- Exposición práctica de elementos conceptuales y contraste de opinión entre los asistentes.
- Presentación y desarrollo de casos prácticos y ejemplos específicos.

CURSO DE TÉCNICAS DE VENTA

Objetivos

Conocer lo que el mercado espera hoy de los vendedores
Aprender las claves para convertir una venta en una compra del cliente.
Conocer las necesidades del cliente y aportarle motivos para el cambio.

Destinatarios

Vendedores, comerciales, los encargados de negociar y captar clientes, jefes de ventas, quienes atienden rutas, promotores,... En definitiva, a todas aquellas personas que se dedican a la venta.

Programa

1. Cambios en la oferta y la demanda.
2. La satisfacción del cliente.
 - ¿Por qué es tan importante?
 - Elementos que influyen en la satisfacción del cliente.
3. La atención al cliente.
 - La calidad del servicio y atención personalizada.
 - Los momentos de la verdad.
 - Funciones del personal de primera línea.
4. El proceso de comunicación.
 - La comunicación con el cliente: problemas y soluciones
 - Comunicación verbal: ¿cómo hablar al cliente?
 - Comunicación no verbal: ¿cómo actuar ante el cliente?
5. Interacción vendedor-cliente.
 - La recepción.
 - Prospección del cliente: pregunta y escucha.
 - Detección del producto deseado: escucha activa.
 - La argumentación del producto: el rol del asesor
 - El tratamiento de objeciones.
 - La despedida



CURSO DE NEGOCIACIÓN

Objetivos

Desarrollar habilidades personales para llevar a cabo negociaciones positivas.

Dar a conocer técnicas innovadoras para el control de cada una de las fases de una negociación.

Destinatarios

Directores comerciales, jefes de ventas, comerciales que en su labor diaria necesitan negociar.

Programa

1. Concepto de negociación.
2. Tipos de negociación.
 - Negociación Distributiva o de Confrontación.
 - Negociación Integrativa o Cooperativa.
3. Negociación tradicional vs. negociación moderna.
 - La negociación "dura".
 - Nuevo enfoque: la negociación "moderna".
 - Obstáculos para la colaboración.
4. Mejorar las relaciones fabricante-distribuidor.
5. La Estrategia del negociador.
 - Componentes del perfil negociador.
 - Cualidades del negociador.
6. Etapas de la negociación.
7. Principios de la negociación.
8. Los pilares de éxito de la negociación. Dimensiones de la negociación.
9. Análisis cuantitativo: precios, márgenes, rentabilidad sobre la venta, sobre la compra, precios netos, precios tarifa, PVP.
10. Diez claves para mejorar la negociación.



CURSO DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Objetivos

Entender cómo es el canal de distribución y los agentes que actúan en él.

Concretar los aspectos a definir en el canal.

Selección e identificación de canales

Identificar alternativas actuales de distribución comercial

Comprender las relaciones actuales entre fabricación y distribución

Programa

1. Distribución: concepto y factores.

2. Los canales de distribución.

Definición

Funciones

Clasificación

Nuevo concepto de intermediación

3. Elementos básicos para el establecimiento de un canal de distribución.

Criterios para la selección del canal de distribución

Factores a tener en cuenta en la selección del canal de distribución

Movimientos actuales en el canal de distribución

4. Elección de un sistema de distribución.

Proceso para diseñar un modelo de distribución eficiente

Criterios para el posicionamiento y rentabilidad de los negocios de distribución

5. Gestión de punto de venta: merchandising y gestión de categorías

6. Distribución online

7. Tendencias de la distribución: relación fabricante-distribución

Destinatarios

Dirigido a gerentes, futuros gerentes, directores comerciales y ejecutivos cuyas funciones estén vinculadas a la distribución comercial.

CURSO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Objetivos

Conocer los elementos clave que intervienen en el proceso de comunicación.
Aprender técnicas de atención telefónica que faciliten el proceso de venta.

Destinatarios

Televendedoras, teleoperadoras, dptos. de telemarketing, personal de call centers, servicios post venta y todas las personas que utilicen el teléfono en la gestión comercial.

Programa

1. El proceso de comunicación.
 - Elementos de la comunicación.
 - La comunicación con el cliente: problemas y soluciones.
 - Comunicación verbal: qué expresiones utilizar.
2. ¿Qué entendemos por vender?
 - Dimensiones vendedor-comprador.
 - La empatía con el cliente.
 - La importancia de escuchar: la escucha activa.
3. El proceso de venta y sus etapas.
 - Preparación de la venta.
 - Arte de preguntar.
 - Tipos de preguntas.
4. El proceso de venta y sus etapas.
 - Arquetipos de clients.
 - Presentación personal y de empresa.
 - Personalización de llamadas.
 - Saber identificar las necesidades del cliente.
 - Presentación de productos/servicios.
 - Objeciones habituales en la venta por teléfono.
 - Cierres de venta telefónica.
 - La despedida.

