

INFLUIR EN
EL CLIENTE

CONOCER AL CLIENTE

LIDERAZGO EN VENTAS

VENTAS A LA MEDIDA

OPEN
TRAINING

VENTAS CONSULTIVAS

LEVANTE NECESIDADES Y OFREZCA PRODUCTOS CUSTOMIZADOS

30 / 31 | JULIO
CHILE

TEMÁTICA

Los vendedores suelen dedicar mucho esfuerzo a los elementos “tangibles” de la propuesta de valor a sus clientes, es decir, al producto o servicio en sí, al precio, a la financiación, al soporte post venta, entre otros, no obstante, no suele ser habitual que reflexionen tan profundamente en base a qué criterios toman los clientes sus decisiones de compra, lo cual resulta crítico de cara a ser más efectivos al venderles o al relacionarse con ellos: ¿deciden de forma racional o emocional?, ¿es mejor dejar que lleven las riendas de la relación o ejercer un mayor control sobre la misma?, ¿son intuitivos o necesitan datos para soportar sus decisiones?, ¿en qué grado importa desarrollar una relación personal?

Además de tener en cuenta estos aspectos de sus clientes, el vendedor debe ser consciente de que hay casos en que coinciden con sus propias preferencias, en los que la relación fluirá con facilidad, pero otros en que no, los que debe hacer un esfuerzo consciente por modificar su estrategia y comportamientos.

DIRIGIDO A

Ejecutivos de ventas corporativas, ventas consultivas o relacionales que interaccionan repetidamente con sus clientes | Gestores de cuentas clave | Personal de servicio o atención al cliente | Gerentes de áreas comerciales y ventas.

BENEFICIOS DE PARTICIPAR

Mejorar la efectividad en la interacción con clientes en las distintas fases del proceso de venta, al tener en cuenta las diferencias en la toma de decisiones entre sus preferencias y las de ellos. Se aplicará un Modelo de cuatro fases:

- **Conocerse:** Entender cómo nuestros modelos mentales y preferencias determinan cómo interactuamos con nuestros clientes.
- **Diferenciar:** Identificar en qué grado nuestros clientes son similares o diferentes a nosotros y cómo eso incide en el proceso de venta.
- **Personalizar:** En base a lo anterior, determinar cómo adaptar nuestros comportamientos al interactuar con esos clientes para influirles mejor; o sea, qué decirles y cómo decirselo (propuesta de valor “intangibles”).
- **Implantar:** Definir un plan de acción pragmático y realista para mejorar la efectividad comercial.



CERTIFICADO
EMITIDO POR SEMINARIUM

PROGRAMA

VENTAS CONSULTIVAS



DÍA 1

LUNES 30 | JULIO

DÍA 2

MARTES 31 | JULIO

| | | | |
|----------------------------------|--|----------------------------------|--|
| 8:30 A 9:00 | REGISTRO | 8:30 A 9:00 | REGISTRO |
| SESIÓN 1 9:00 A 10:30 | INTRODUCCIÓN Y PRESENTACIÓN DEL MODELO <ul style="list-style-type: none">● Introducción y objetivos.● Presentaciones.● Retos individuales.● Framework y ciclo de venta. | SESIÓN 5 9:00 A 10:30 | FASE 2: DIFERENCIAR <ul style="list-style-type: none">● Grado de similitud o diferencias con sus clientes.● Mapeamiento de clientes y grado de similitud. |
| 10:30 A 11:00 | COFFEE & NETWORKING BREAK | 10:30 A 11:00 | COFFEE & NETWORKING BREAK |
| SESIÓN 2 11:00 A 13:00 | FASE 1: CONOCERSE (I): PREFERENCIAS PSICOLÓGICAS CLAVES PARA VENDER MEJOR <ul style="list-style-type: none">● Preferencias individuales que determinan nuestro abordaje del proceso de venta y nuestras relaciones con clientes: auto-evaluación y ejercicios prácticos. | SESIÓN 6 11:00 A 13:00 | FASE 3: PERSONALIZAR (INFLUIR) <ul style="list-style-type: none">● Propuesta de valor “intangible” para diversas tipologías de clientes. Determinantes de la influencia sobre los clientes.● Ejercicios prácticos. |
| 13:00 A 14:00 | NETWORKING LUNCH | 13:00 A 14:00 | NETWORKING LUNCH |
| SESIÓN 3 14:00 A 15:45 | FASE 1: CONOCERSE (II): MODELOS MENTALES Y PROCESO DE VENTA <ul style="list-style-type: none">● Cómo vemos la realidad que nos rodea.● Por qué lo vemos como lo vemos. Determinantes de nuestros modelos mentales.● Implicaciones para el proceso de venta. | SESIÓN 7 14:00 A 15:45 | APLICACIONES PRÁCTICAS <ul style="list-style-type: none">● Ejercicios reales prácticos.● Dinámicas para refinar el autoconocimiento, el abordaje y las soluciones. |
| 15:45 A 16:00 | COFFEE & NETWORKING BREAK | 15:45 A 16:00 | COFFEE & NETWORKING BREAK |
| SESIÓN 4 16:00 A 17:30 | FASE 1: CONOCERSE (III): PREFERENCIAS, MODELOS MENTALES Y EL PROCESO DE VENTA <ul style="list-style-type: none">● Ejercicios prácticos sobre implicaciones del cómo somos y cómo vendemos.● Identificación de casos reales para ser aplicados en la jornada 2. | SESIÓN 8 16:00 A 17:30 | FASE 4: IMPLANTAR <ul style="list-style-type: none">● Recomendaciones de cara a la implantación.● Plan de acción individual.● Cierre. |

Programa sujeto a cambios

DOCENTE

ENRIQUE ÁLVAREZ

- 25 años de experiencia internacional en dirección de fuerzas de venta y desarrollo del liderazgo, habiendo trabajado como profesor, consultor y ejecutivo para numerosas multinacionales.
- Profesor senior adjunto del Center for Creative Leadership en desarrollo del liderazgo. Profesor visitante en ESADE Business School (Barcelona, España, 16ª), en dirección de ventas.
- Consultor y profesor en temas comerciales y de desarrollo del liderazgo en diversos países y sectores.
- Ex director de desarrollo de la fuerza de ventas en editorial planeta grandes publicaciones (selección, fidelización, formación y efectividad comercial de aprox. 1.300 vendedores).
- MBA (IESE); Doctor en empresa (Univ. Barcelona, sobre efectividad de vendedores); Economista (Univ. Barcelona)



LOS **OPEN TRAININGS** OFRECEN UNA METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE DINÁMICA Y PRÁCTICA. ENTREGAN TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE APLICABILIDAD INMEDIATA PARA UNA MEJORA CONTINUA EN SU EMPRESA.



PROGRAMAS IN - COMPANY

Nuestros In Company son programas personalizados pensados especialmente para cubrir las necesidades de su empresa y desarrollar todo el potencial de sus trabajadores. Estos programas pueden ser realizados en sus propias oficinas y dependencias o en alguno de los hoteles con los que trabajamos.



ÁREA RECURSOS HUMANOS

Lidere de manera efectiva a su equipo de trabajo, incluyendo la inteligencia emocional y creando un sistema de mejora continua.



ÁREA MARKETING Y VENTAS

Amplíe sus puntos de contacto y potencie sus canales de ventas mediante nuevas técnicas, herramientas y tendencias.



ÁREA HABILIDADES TRANSVERSALES

Transmita y desarrolle habilidades blandas en su equipo de trabajo, aumentando la productividad y el logro de metas a través de un liderazgo positivo.



ÁREA OPERACIONES Y TECNOLOGÍA

Descubra cómo optimizar la gestión de sus operaciones, crecer como empresa y reducir lo que no genera valor a través de nuevas tecnologías.

DESARROLLEMOS EN CONJUNTO
LOS MEJORES PROGRAMAS PARA CADA ÁREA DE SU EMPRESA.

Contacto: Marcela Fuentes | mfuentes@seminarium.com

INFORMACIÓN GENERAL

30 - 31 JULIO 2018



PLAZA EL BOSQUE, NUEVA LAS CONDES

Av. Manquehue Norte 656, Las Condes, Santiago



ESTACIONAMIENTO LIBERADO

Sujeto a disponibilidad del hotel



VALOR INDIVIDUAL



23 UF

GRUPO CORPORATIVO

3 a 5 Ejecutivos



21 UF*

MESA CORPORATIVA

6 a más Ejecutivos



CONSULTA POR VALORES
PREFERENCIALES

*Valor por persona para pase de tres a cinco ejecutivos.

Anulaciones : vía email hasta 5 días hábiles antes del inicio del training, en caso contrario, se facturará el cupo respectivo.

CONVIERTA SU EQUIPO DE TRABAJO EN UN HIGH PERFORMANCE TEAM

Optimize el rendimiento de sus equipos organizacionales incentivando la participación del grupo completo en el programa. Esta dinámica fomenta un mejor trabajo en equipo, potencia los talentos, la motivación y relaciones interpersonales que se traducen en ventajas frente a la competencia.

Incrementa el ROI sobre sus iniciativas de actualización y perfeccionamiento ejecutivo.



APOYAN:



www.seminarium.com



[/seminariumchile](https://www.facebook.com/seminariumchile)



[/seminariumchile](https://www.linkedin.com/company/seminariumchile)



[@seminariumchile](https://twitter.com/seminariumchile)

www.seminarium.com · ventas@seminarium.com · (562) 2430 6894