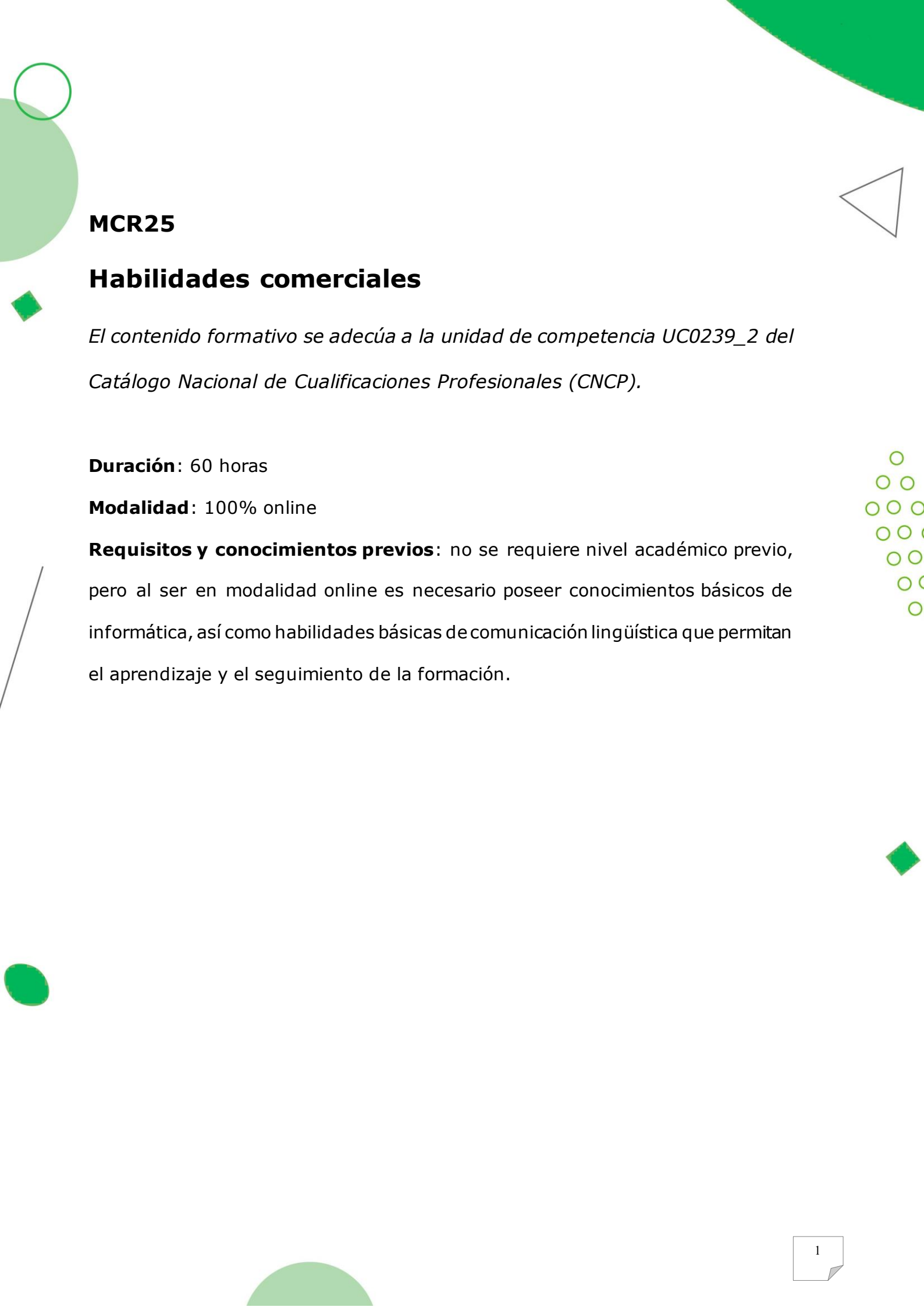




MCR25. Habilidades comerciales





MCR25

Habilidades comerciales

El contenido formativo se adecúa a la unidad de competencia UC0239_2 del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP).

Duración: 60 horas

Modalidad: 100% online

Requisitos y conocimientos previos: no se requiere nivel académico previo, pero al ser en modalidad online es necesario poseer conocimientos básicos de informática, así como habilidades básicas de comunicación lingüística que permitan el aprendizaje y el seguimiento de la formación.



Objetivos



Objetivo general

- Adquirir conocimientos para el desarrollo de habilidades comerciales y conocer, analizar y acercarse a los hábitos de los clientes y el proceso y las técnicas de venta para garantizar su cierre.

Objetivos específicos

- Conocer la importancia de ser proactivo, la necesidad de estar orientado al cliente y la planificación y optimización de recursos.
- Conocer las pautas en la atención y gestión telefónica de clientes en nuestro proceso de asesoramiento comercial y descubrimiento de sus necesidades, atendiendo a pautas de expresión verbal desde un lenguaje positivo, aplicando la escucha activa.
- Conocer las pautas a seguir para preparar las entrevistas comerciales y las habilidades verbales y no verbales a desplegar en estas primeras fase
- Conocer las pautas para convertir las necesidades de nuestros clientes en oportunidades de venta para nuestra empresa teniendo en cuenta el tipo de cliente que tenemos ante nosotros.
- Conocer la diferencia entre las características, ventajas y beneficios de un producto o servicio, y la secuencia de argumentación comercial posterior a realizar, incluyendo algunas recomendaciones prácticas al respecto.
- Conocer la importancia de las objeciones que nos puede poner el cliente, con qué tipo nos podemos encontrar y qué tratamiento debemos hacer de las mismas.
- Conocer las señales que nos indican que el momento del cierre de ventas es propicio, así como conocer las diferentes técnicas que se pueden usar para culminar dicho cierre.
- Conocer la importancia de la fidelización de clientes en la empresa y las pautas para realizar dicha fidelización y seguimiento del cliente.
- Conocer todas las pautas a tener en cuenta en una atención eficaz al cliente, tanto de forma general como para tipos de clientes específicos.
- Conocer las diferentes fases del proceso de venta y los aspectos de comunicación verbal y no verbal que serán determinantes en cada momento.
- Conocer las señales que nos indican que el momento del cierre de ventas es propicio, así como conocer las diferentes técnicas que se pueden usar para culminar dicho cierre.

• **Contenidos**

Unidad 1: Proactividad comercial.

1. La importancia de ser proactivos.
2. El esfuerzo continuado.
3. La orientación al cliente.
4. La imagen que transmitimos al cliente.
5. Planificación y optimización de recursos.
6. Reglas para ser proactivos.

Unidad 2: La atención y gestión telefónica de clientes.

1. La orientación al cliente.
 - 1.1. Hábitos y comportamiento del consumidor.
 - 1.2. Características del personal que atiende al usuario.
2. Proceso de asesoramiento comercial a clientes.
3. Atención de las necesidades del cliente.
 - 3.1. Atención de las necesidades del cliente I.
4. Incrementar el valor de los clientes actuales.
5. Elementos que intervienen en la comunicación.
6. La expresión verbal. El lenguaje positivo y negativo.
7. La entonación.
8. La articulación.
9. La escucha activa.
10. Descubrir necesidades.

11.Llamadas de petición de información. Tratamiento de reclamaciones.

Unidad 3: La entrevista comercial.

1. Preparación de la entrevista comercial.
2. La entrevista comercial y la comunicación.
3. Estructura de la comunicación.
4. La comunicación no verbal. La mirada, los gestos y posturas, la voz.
5. La comunicación verbal.
6. El saludo y la presentación.
7. La detección de necesidades. Las preguntas.
 - 7.1. La detección de necesidades. Las preguntas I.
8. La escucha activa y la empatía. La capacidad de sintonizar emocionalmente con la otra persona.
9. Las habilidades comerciales como emisores y como receptores de la comunicación.
10. Defectos y barreras para una buena comunicación.

Unidad 4: Convertir oportunidades en necesidades.

1. El proceso comercial y la detección de oportunidades.
2. Proceso de asesoramiento comercial a clientes.

- 
- 
3. Atención de las necesidades del cliente. Incrementar el valor de los clientes actuales.
 4. La venta cruzada. Beneficios de la venta cruzada.
 5. Cómo enfocar la venta cruzada.
 6. Generación de confianza.

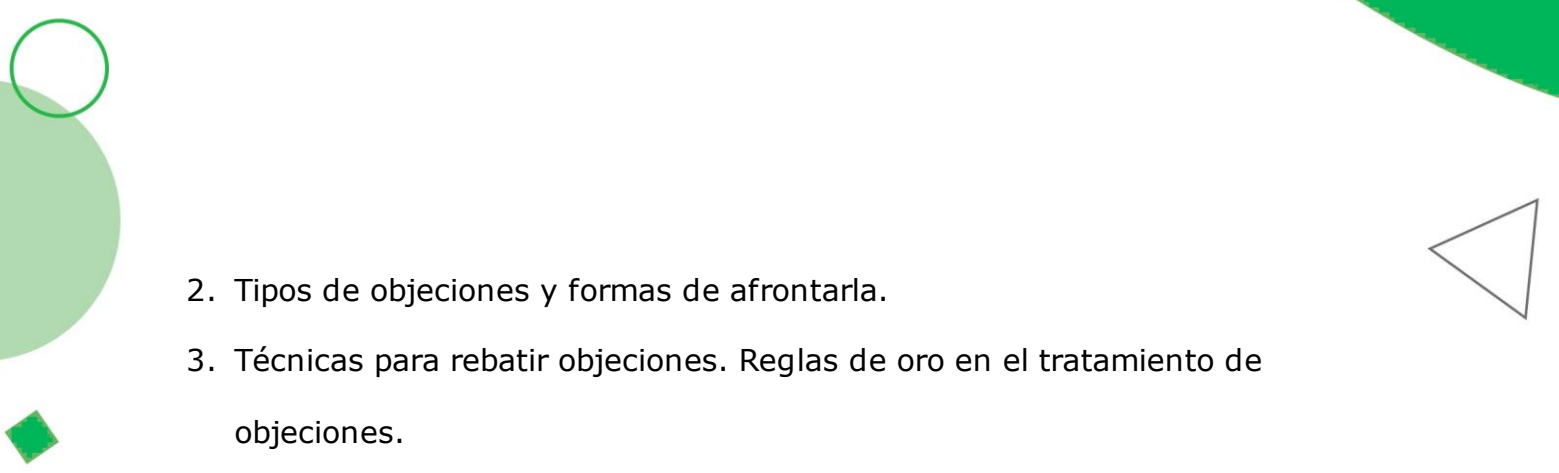
Unidad 5: Argumentación comercial.



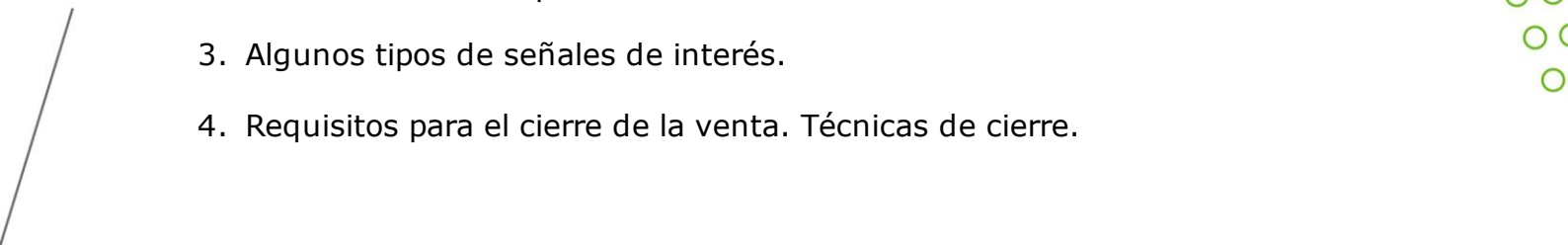
- 
- 
1. Las características del producto o servicio. Las ventajas comerciales del producto o servicio.
 2. Los beneficios del producto o servicio.
 3. Secuencia de la argumentación comercial: apertura.
 4. Secuencia de la argumentación comercial: desarrollo y demostración.
 5. Secuencia de la argumentación comercial: presentación de beneficios.
 6. La argumentación: esquema a seguir. Algunas recomendaciones prácticas para la argumentación comercial.
 - 6.1. La argumentación: esquema a seguir. Algunas recomendaciones prácticas para la argumentación comercial I.

Unidad 6: Tratamiento de objeciones.

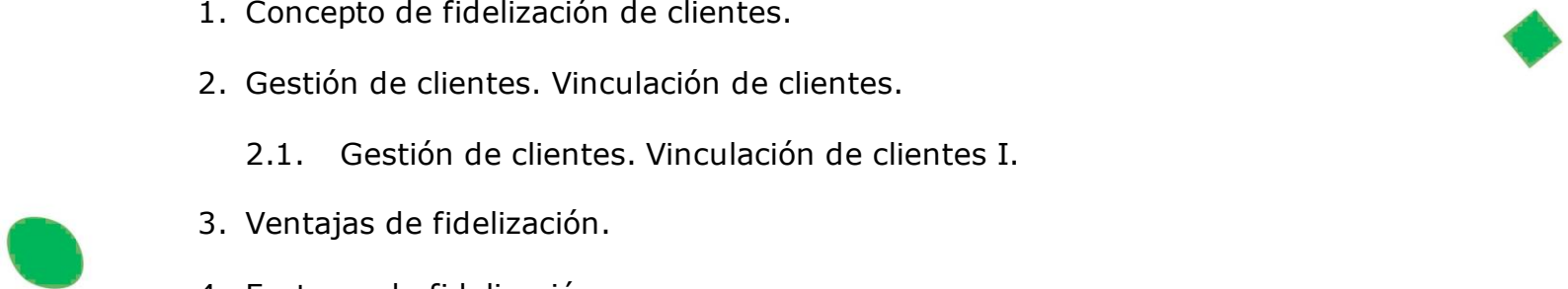
1. Tratamiento de objeciones. Qué debemos hacer cuando el cliente nos plantea una objeción.

- 
- 2. Tipos de objeciones y formas de afrontarla.
 - 3. Técnicas para rebatir objeciones. Reglas de oro en el tratamiento de objeciones.

Unidad 7: El cierre de ventas.

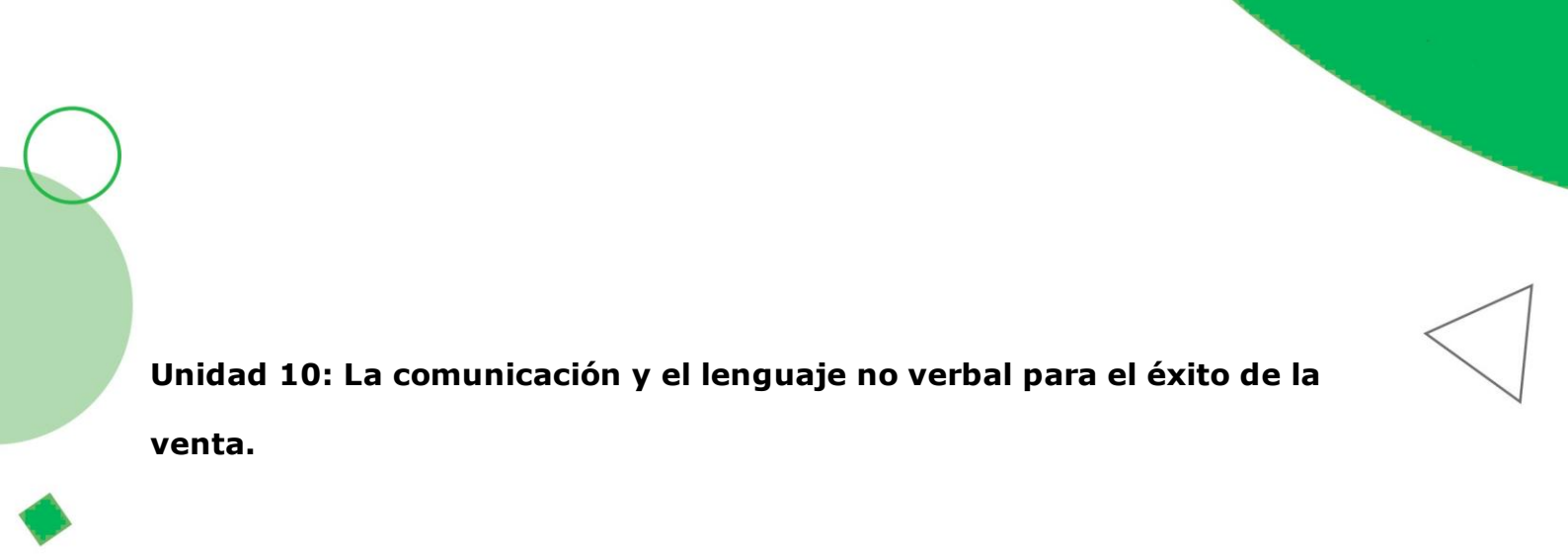
- 
- 1. El cierre de la venta. Fases en el proceso de cierre de la venta.
 - 2. Las señales de compra.
 - 3. Algunos tipos de señales de interés.
 - 4. Requisitos para el cierre de la venta. Técnicas de cierre.

Unidad 8: Fidelización y seguimiento de clientes.

- 
- 1. Concepto de fidelización de clientes.
 - 2. Gestión de clientes. Vinculación de clientes.
 - 2.1. Gestión de clientes. Vinculación de clientes I.
 - 3. Ventajas de fidelización.
 - 4. Factores de fidelización.
 - 5. Componentes y propósito de la gestión de relaciones con cliente (CRM).

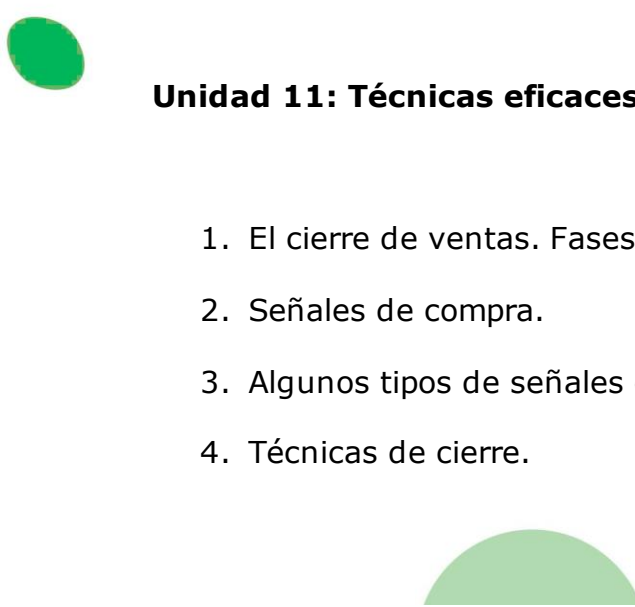
Unidad 9: Atención eficaz al cliente.

1. La orientación al cliente.
2. La comunicación con el cliente. Escuchar al cliente.
3. La importancia de la imagen.
4. Evitar una imagen negativa.
5. La expresión verbal. La calidad de la voz.
 - 5.1. La expresión verbal. La calidad de la voz I.
6. Comunicación no verbal.
7. La oficina o establecimiento, y el puesto de trabajo.
8. Cómo tratar a nuestros clientes según su actitud.
9. El cliente que asiente o permanece en silencio. El cliente impulsivo y el cliente indeciso.
10. El cliente que se da importancia y lo sabe todo. El cliente riguroso y minucioso.
11. El cliente rudo y polémico. El cliente hablador.
12. El cliente desconfiado y escéptico.
13. Tratamiento de quejas y reclamaciones. Recomendaciones finales.



Unidad 10: La comunicación y el lenguaje no verbal para el éxito de la venta.

1. El proceso de la venta y la comunicación. Estructura de la comunicación.
 - 1.1. Comunicación interna y la comunicación externa.
 2. Preparación de la venta.
 3. La venta.
 4. La comunicación no verbal. La mirada.
 5. Los gestos y posturas. La voz.
 6. Comunicación verbal: Primera impresión. Recomendaciones para la presentación.
 7. La detección de necesidades. Las preguntas.
 8. La escucha activa.
 9. La empatía.
 10. Sintonía emocional.
 11. Habilidades como emisores. Habilidades como receptores.
 12. Barreras en la comunicación.
- 



Unidad 11: Técnicas eficaces para el cierre de ventas.

1. El cierre de ventas. Fases en el proceso de cierre de venta.
2. Señales de compra.
3. Algunos tipos de señales de interés.
4. Técnicas de cierre.

- 10