



EL CIERRE DE VENTA

GUÍA DIDÁCTICA

10 HORAS

ÍNDICE

Objetivos	3
<input type="checkbox"/> Objetivo general	3
<input type="checkbox"/> Objetivos específicos	3
Contenidos	5
Metodología didáctica	6
Evaluación	7

Objetivos

□ **Objetivos generales**

- Concienciar a los participantes de la consideración de las ventas como un proceso que se extiende mucho más allá de la pura entrevista comercial.
- Conocer las estrategias de nuestro cerebro para provocar ese cierre, superar los miedos a los que el comercial se enfrenta, así como conocer las diferentes herramientas de cierre, nos conducirán al éxito.
- Aprender a fidelizar a nuestro cliente para que genere futuras acciones de compras y establezca relaciones más duraderas.

□ **Objetivos específicos**

- Tomar conciencia de la importancia del proceso de cierre en las ventas.
- Conocer los tipos de cierre y cuándo aplicarlos.
- Detectar las señales verbales y no verbales que nos da nuestro cliente para provocar el cierre.
- Descubrir los miedos que nos genera el cierre de la venta y cómo vencerlos.
- Entender que la venta solo se concluye cuando cerramos con una acción favorable de compra por parte del cliente.
- Aprender cuáles son las claves para fidelizar al cliente y cómo aplicarlas.
- Fomentar nuevas interacciones por parte del cliente y ampliar su interés a otros productos o servicios.
- Aumentar la realización de compras por parte de nuestro cliente en un futuro.

- Descubrir los actuales programas de fidelización y sus resultados en las compras.
- Conocer el enfoque de las neuroventas en el cierre y la fidelización de clientes.

Contenidos

EL CIERRE DE VENTA	Tiempo estimado de dedicación
Sin cierre no hay ventas.	24 minutos
El cierre y sus tipos. Vencer el miedo.	18 minutos
Fidelizar a tu cliente.	18 minutos
Cuaderno de actividades	9 horas
Tiempo total	10 horas

Metodología didáctica

Esta acción formativa basada en videopíldoras, es un tipo de enseñanza que responde a necesidades de aprendizaje concretas durante un período corto de tiempo. Enfocada en el saber hacer.

Se transmite un contenido clave de forma rápida y eficaz, que favorece la motivación del alumnado.

Cada una de las videopíldoras trabaja un aprendizaje exclusivo, de forma que no dependa una de la otra, sino que trabajen conceptos independientes.

Cada videopíldora precisa ser visualizada al menos 3 veces para un aprendizaje óptimo.

Finalmente, se llevará a cabo la evaluación del alumnado mediante varias actividades de evaluación. Estas actividades de evaluación cumplen con las siguientes características:

- **Contextualizada.** Parten de un contexto profesional, común y concreto, que sitúe al alumnado en una problemática fácilmente extrapolable al entorno laboral.
- **Práctica.** El objetivo de la actividad va más allá de la reproducción fiel del contenido. A partir de un enunciado debidamente contextualizado el alumnado debe ser capaz de responder al mismo poniendo en práctica los contenidos visualizados, teniendo que reflexionar y elaborar la respuesta, evidenciando así la correcta asimilación de contenidos de las videopíldoras.

En esta acción formativa, llamada El cierre de venta, nos centraremos en una metodología basada en la observación, el descubrimiento y la reflexión. Además, contamos con un *cuaderno de actividades*, en el que encontrarás éstas mismas con sus tareas individuales. Estas tareas pueden ser de auto-observación, registro, reflexiones dirigidas o conclusiones.

Evaluación

La evaluación del alumnado se realizará en base a:

Requisitos mínimos para la superación del curso:

- Trabajar al menos el 75% de los contenidos de la acción formativa durante el periodo lectivo, aunque para un correcto aprendizaje de los contenidos, es recomendable visualizar el 100% de los mismos.
- Realizar las actividades propuestas.