

FORMACION EQUIPO DE VENTAS



Área: General
Modalidad: Presencial
Duración: 16 h
Precio: 208.00€

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

El objetivo es que los alumnos conozcan las técnicas de venta, negociación y presentaciones eficaces y creación de un equipo comercial de alto rendimiento basadas en el Business Coaching, Inteligencia Emocional, PNL y el Eneagrama. Facilitar a los participantes las claves para alcanzar tu máximo potencial como "sales business Coach"

CONTENIDOS

1. Business Coaching para la Venta: Del Miedo al Poder (El cambio de Chip) Adaptación al cambio y Motivación
2. La Venta en el siguiente Nivel
 - El cambio de Actitud: De Vendedor a Business Sales Coach;. Como ir al siguiente Nivel
 - La Venta en un mundo VUCA
 - ¿El vendedor nace o se hace? Vender. ¿Por qué es un Orgullo ?
 - ¿Qué es el Coaching y como ayuda en un proceso de Venta? Conviértete en COACH
 - Las Conversaciones de Coaching en la Empresa y en la Venta
 - El poder del Lenguaje. Principios Generales
 - El vendedor, el Cliente y la interpretación
 - Vivimos en mundos Interpretativos, Dime como observas y te diré como eres
 - El Mapa Mental del vendedor: Valores, Creencias, pensamientos, miedos
 - El Ciclo de Renovación del Hudson Institute
 - Reinventarse como profesional. El Aguila Blanca
 - El Baúl del Sales Coach
 - El Método GROW del Coaching
 - Las Fases de un proceso de Coaching y su relación con la Venta
3. La Inteligencia Emocional, La PNL y TÉCNICAS DE VENTA (EQ)
 - El cerebro del Vendedor
 - Las Trampas del Cerebro
 - La secuencia Psicológica de la Compra
 - La PNL en la Venta
 - ¿Qué es vender? El poder del Vendedor
 - Las Leyes de la Influencia: Como influye el vendedor en el Cliente
 - El Subconsciente
 - El Poder de la 1era Impresión
 - Las Etiquetas y los prejuicios
 - Las Expectativas en las Ventas. Influir en el Subconsciente
 - El cambio de Actitud: Atreverse
 - Cambiar el observador que somos
 - Los miedos del vendedor y sus Creencias Limitantes
 - Tu IMAGEN PERSONAL: Como desarrollarla!!

4.La Caja de Herramientas del Vendedor: Competencias Clave (No es Magia, es Inteligencia Emocional)

- El Autoconocimiento (Conocerse &&&Prepararse &&& utilizarse)
- Las Relaciones personales: Somos animales Sociales
- La Confianza
- La Empatía
- Ejercicios Prácticos de Comunicación
- El Autocontrol
- La Paciencia. Venta a medio y largo plazo
- La Autoconfianza
- El Personal Branding: Reformularlo
- El Efecto Camaleón
- El Efecto Pigmalion
- Las Estrategias de Venta
- La Visualización de la Venta. El Peak Performance (Las Visiones generan comportamientos)
- La Creatividad del Vendedor
- Ejercicios prácticos

5.Comunicación Eficaz para la Venta

- Comunícate aunque hables. No sabemos comunicar
- La Empresa es una red de procesos conversacionales
- La Confianza es todo en la Venta y la comunicación. Como generar Rapport (feeling)
- La necesidad de un entorno seguro
- El poder del lenguaje. El diseño de conversaciones en la Empresa
- Tipos de Comunicación. Las claves
- La importancia de la comunicación NO Verbal
- De “Convencer” a “PERSUADIR” para vender. ¿Por qué no me compran?
- Comunicar para influir e incitar a la acción
- “Oímos pero no escuchamos”. Tipos de escucha. La Escucha Empática
- El arte de preguntar: “Las preguntas poderosas”
- El poder del silencio
- Evitar los malos entendidos en la Empresa. La Escalera de inferencias
- El “Feedback positivo y negativo”. Darlo y recibirlo
- Presentaciones eficaces al cliente (El momento de la Verdad): El entrenamiento, el diseño, la W, la Pasión, emocionarlos, inicio impactante y Happy end, racional y emocional, los Errores, las Claves. El fin último: Incitar a la ACCIÓN

6.El Proceso de Venta

- Prospección y captación
- Como conseguir nuevos clientes
- La Preparación. Indagación
- El contacto
- La Confianza: Conexión es poder
- FASE 1: Crear conexión : Generar contexto y Rapport
- FASE 2: Cualificar al cliente
- FASE 3: Elevar el valor
- FASE 4: Crear deseo
- FASE 5: Gestionar objeciones
- FASE 6: Cierre
- FASE 7: Seguimiento
- El tratamiento de Las objeciones
- El Seguimiento
- La Fidelización
- La atención excepcional al cliente. Los Circulos de Calidad
- El objetivo máximo del vendedor: la R.E.P.E.
- Valor y Precio
- Creencias Limitantes sobre: Marca, producto, Precio....
- ¿Por qué compran los clientes?
- El valor agregado. El U.S.P
- Ejercicios prácticos de Ventas

7.El PEAK STATE del Sales Business Coach: Motivación y Energía.Las Claves ENEAGRAMA ORGANIZACIONAL PARA LA VENTA

8.Como trabajar el cambio de conducta a través de la biología y la psicología del comportamiento

BY URBIOLA

- El vendedor según su modelo de personalidad
- A - Los Sesgos Instintivos (basados en el ADN y los valores fundamentales)
- B - Las Estrategias para afrontar las Ventas: Los Eneatipos
- Los distintos Personajes que adoptamos para afrontar los problemas
- ¿Por qué adoptamos personajes? Los Automatismos
- ¿Cuál es tu Estrategia preferida para enfrentarte al mundo?
- Los Mapas son sólo una interpretación de la realidad. La Realidad no existe.
- Mantenemos nuestras Creencias y seguimos cayendo en los mismos Errores: Reformular.
- Cambiar los Patrones obsoletos
- Tu Estrategia preferida
- Todas las Estrategias son buenas o malas , según tu estado interno: Healthy / Unhealthy. No hay una Estrategia mejor.
- Entender los Patrones de Comportamiento y comprender al Cliente para el proceso de Venta
- ¿Cómo es tu cliente?
- La Comunicación con cada Eneatipo de cliente

Los 9 ENEATIPOS

- Características y como te pueden