TÉCNICAS DE VENTA: EL CIERRE DE VENTA

SKU: PD336

OBJETIVOS

Objetivos Generales:

- Abordar el cierre de ventas contemplándolo como objetivo de las diferentes fases del proceso de ventas y tomando conciencia de que el mismo continúa tras la venta, al establecer y trabajar una relación a largo plazo con el cliente.

Objetivos Específicos:

- Saber que es el cierre de una venta.
- Identificar los indicios que indican que la clientela está lista para la firma del contrato.
- Conocer las diferentes técnicas de cierre.
- Abordar con éxito la despedida de la clientela.
- Conocer los mecanismos que tras la venta influyen en la satisfacción del cliente y la construcción de una relación a largo plazo con el cliente.
- Identificar los medios por los que mejorar la percepción del cliente.
- Analizar los medios con los que cuenta la empresa para obtener rentabilidad de las relaciones a largo plazo con sus clientes.
- Lograr el mantenimiento de relaciones a largo plazo e identificar los posibles problemas que causan el abandono por parte de los clientes de estas relaciones.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Unidad 1: El cierre de la venta.

- El cierre o desenlace: Momento determinante
- Referencia a las fases previas del proceso de venta
    - Preparación de la venta
    - Toma de contacto con el cliente

    - Determinación y/o creación de las necesidades
    - Argumentación para la venta
- Referencia al modelo AIDA
- Referencia al modelo SPIN
- La temida fase de las objeciones
    - Objeciones más frecuentes: Pautas a seguir
    - ¿Cómo superar las objeciones?
- Lenguaje no verbal en el cierre de ventas
    - Tipos de comunicación no verbal
    - Lenguaje corporal
    - Expresiones faciales
    - Comunicación paraverbal
- Indicios del cierre de ventas
- Momento para el cierre de venta
- Técnicas de cierre
- Terminar la entrevista

Unidad 2: Después de la venta.

- El interés de las relaciones a largo plazo con los clientes
- Proceso de exploración continua
    - Asegurar la rentabilidad de las relaciones. Customer Lifetime Value (CLV)
- Construir una relación a largo plazo: Expansión
    - Generación de compras repetidas
    - Ventas sustitutivas o up-selling
    - Ventas complementarias, ventas cruzadas o cross-selling
- Construir una relación a largo plazo. Fidelidad
    - Programas de descuento y promociones
    - Recompensas más allá de la compra
    - Aplicación de la gamificación en el comercio
    - Suscripciones
    - Otras técnicas de fidelización en el comercio
- Evitar la disolución
- Servicio post venta
    - Asegurar buen uso del producto o servicio
    - Seguimiento
- El CRM (Customer Relationship Management)
- Gestión en quejas y reclamaciones
- Evaluar nuestro servicio