



Curso Online de El método de la **Venta Maestra**

Los principios de la Neuroventa, la persuasión y el coaching que ayudan a vender más en menos tiempo y con menos esfuerzo.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


**MANAGER
BUSINESS
SCHOOL**

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

El método de la Venta Maestra

Presentación

El acto de la compra se realiza de una forma emocional y se justifica de manera racional, pilares sobre los que se sustenta la venta persuasiva. Puesto que la motivación de compra surge del interior del comprador, es mucho más eficaz y efectivo permitir al cliente descubrir los beneficios que la propuesta vendedora tiene para él. Si Aristóteles opinara sobre esto diría: “*Un necio intentará convencerme con sus motivos, mientras que un sabio me persuadirá con los míos*”.

Venta persuasiva es el curso que:

Primero: descubre y enseña cómo hacer que la venta suceda de la forma más natural, desde las necesidades, los deseos y las razones del comprador.

Segundo: enseña a navegar por el universo de las emociones, valores y motivaciones que activan la decisión de compra.

Tercero: nos guía por las nueve personalidades y por los tres “estados del yo” de su cliente para saber qué piensa, qué siente y por qué actúa; para ayudarlo a descubrir qué necesita, qué desea y qué quiere, para que sea el propio cliente quien afirme los beneficios de la propuesta vendedora.

Resultado: ventas de ganar + ganar y clientes más satisfechos.

Porque a nadie le gusta que le vendan y a todos les gusta comprar.

La Formación E-learning

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1 La posibilidad de **escoger** el momento y lugar más adecuado para su formación.

2 **Interactuar** con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 **Aumentar sus capacidades** y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4 **Trabajar** con los recursos que ofrece el entorno on-line.

El método de la Venta Maestra

Objetivos del curso:

- Qué necesidades, valores, estados psicológicos, emociones y motivaciones impulsan a los clientes a comprar.
- Cómo descubrir cuáles son las necesidades e intereses de nuestros clientes e incorporarlos a nuestra planificación estratégica.
- Cómo reconocer a tu cliente ideal y dominar la comunicación más efectiva que nos permita crear relaciones de ganar + ganar.
- Cómo controlar la entrevista de venta para que fluya hacia la mejor solución para el cliente.
- Cómo alcanzar el corazón del cliente y hacerle sentir bien durante el proceso de la entrevista de venta.
- Cómo utilizar el poder de la persuasión y permitir que el cliente compre por sus propios motivos y razones.
- Cómo disfrutar del proceso de la venta y conseguir que el cliente se sienta feliz por comprar.
- Cómo conquistar cotas más elevadas de ventas, con menos esfuerzo y presión comercial.
- Cómo lograr ventas de manera más natural, eficaz y efectiva.
- Cómo transformar las relaciones con los clientes y generar la confianza para que se consoliden y fidelicen.
- Cómo hablar en público con seguridad, confianza y persuasión.

“ La persuasión en la venta consiste en la utilización de la comunicación para cambiar, formar o reforzar lo que el cliente opina de cosas, personas o productos, y esta persuasión se sustenta en dos pilares fundamentales que deben quedar reflejados en nuestros argumentos de venta: la credibilidad y la confianza”

Dirigido a:

Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Delegados de Zona, y en general a cualquier profesional de la venta que quiera conocer o afianzar sus conocimientos sobre las diferentes herramientas que ofrece la venta persuasiva.

El método de la Venta Maestra

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

5 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. La persona como comprador

18 horas

Este primer módulo del curso pretende descubrir la esencia de la persona detrás de su identidad como cliente, como comprador de productos y servicios. Como vendedores nos servirá para conocer todo aquello que impulsa a nuestros clientes a tomar la decisión de comprar.

1.1. La decisión de compra:

- 1.1.1. Qué es la decisión de compra.
- 1.1.2. Por qué compra la gente.

1.2. Qué dice la neuro-ciencia.

1.3. El universo emocional y la compra:

- 1.3.1. Felicidad.
- 1.3.2. Alegría.
- 1.3.3. Amor.
- 1.3.4. Miedo.
- 1.3.5. Tristeza.
- 1.3.6. Ira.

1.4. Las necesidades y los deseos:

- 1.4.1. A nivel físico.
- 1.4.2. A nivel emocional.
- 1.4.3. A nivel mental.
- 1.4.4. A nivel espiritual.

1.5. La rueda de las motivaciones y los motivos de compra:

- 1.5.1. Autonomía vs afiliación.
- 1.5.2. Contribución vs conversación.
- 1.5.3. Exploración vs seguridad.
- 1.5.4. Logro vs hedonismo.
- 1.5.5. Cooperación vs poder.

1.6. Los valores personales:

- 1.6.1. Identificando los valores.
- 1.6.2. Clasificando los valores.
- 1.6.3. Eligiendo los valores.
- 1.6.4. Descubriendo el valor de los valores.

1.7. Los cuadrantes de la rueda de la vida:

- 1.7.1. El personal.
- 1.7.2. El de relación (social).

1.7.3. El económico.

1.7.4. El dinámico (vital).

1.8. Los tres estados del yo:

1.8.1. El Yo padre.

1.8.2. El Yo adulto.

1.8.3. El Yo niño.

1.9. Los tres filtros sensoriales:

1.9.1. El filtro visual.

1.9.2. El filtro auditivo.

1.9.3. El filtro cinestésico.

MÓDULO 2. Las 9 personalidades detrás del comprador

8 horas

El *eneagrama* es como un manual de instrucciones de la condición humana con el que podemos comprender las motivaciones profundas que hay detrás de nuestras conductas y actitudes. Es un mapa de nuestra personalidad que nos permite determinar lo que somos a través del sentimiento, del pensamiento y del instinto (pensar, sentir, actuar).

Desde el punto de vista de la venta se convierte en una poderosa herramienta porque nos permite crear la tipología de nuestros clientes.

2.1. Cuando predomina el pensamiento:

2.1.1. El investigador.

2.1.2. El leal.

2.1.3. El entusiasta.

2.2. Cuando predomina el sentimiento:

2.2.1. El ayudador.

2.2.2. El triunfador.

2.2.3. El individualista.

2.3. Cuando predomina la acción (el instinto):

2.3.1. El líder.

2.3.2. El pacificador.

2.3.3. El reformador.

MÓDULO 3. La persuasión en acción

18 horas

La persuasión es una comunicación que influye o hace que otras personas cambien sus pensamientos, sentimientos, deseos y comportamientos. Opera de tal modo que al interlocutor se le presenta la información de una forma en la que debe volver a examinar sus valores personales y convicciones bajo una luz diferente.

3.1. Los principios de la persuasión:

- 3.1.1. El agrado.
- 3.1.2. La autoridad.
- 3.1.3. El compromiso y la consistencia.
- 3.1.4. El contexto y el tiempo.
- 3.1.5. La credibilidad.
- 3.1.6. La empatía.
- 3.1.7. La escasez.
- 3.1.8. El interés y la necesidad.
- 3.1.9. La reciprocidad.

3.2. Fórmulas persuasivas:

- 3.2.1. Atención + Interés + Deseo + Acción.
- 3.2.2. Problema + Agitación + Solución + Acción.
- 3.2.3. Situación + Problema + Implicación + Necesidad.

3.3. El vocabulario persuasivo:

- 3.3.1. Los 11 verbos más vendedores.
- 3.3.2. Los códigos reptilianos (el peso decisorio de la compra).
- 3.3.3. Los 3 decisores universales.
- 3.3.4. Las palabras – ideal de las 9 personalidades.
- 3.3.5. Las palabras más influyentes de la venta.

3.4. Las preguntas para persuadir.

3.5. Dialogando con persuasión.

MÓDULO 4. El vendedor y su motivación

8 horas

4.1. La automotivación para el éxito:

- 4.1.1. Hoy puede ser un gran día.
- 4.1.2. Qué podría haber sido mejor.

4.2. La planificación de la entrevista de ventas:

- 4.2.1. Creando a tu avatar.

4.3. La comunicación con el cliente:

4.3.1. Desde él y para él.

4.4. La relación con el cliente:

4.4.1. Cultivando la confianza: “el pegamento de las relaciones”.

MÓDULO 5. Presentaciones para persuadir al grupo

8 horas

5.1. Descubriendo a la audiencia:

- 5.1.1. A quiénes va dirigida la presentación.
- 5.1.2. Para qué han ido a esa presentación.
- 5.1.3. Qué posición psico-emocional tendrán.

5.2. Conectando con la audiencia:

- 5.2.1. Qué le vamos a contar.
- 5.2.2. Para qué se lo vamos a contar.
- 5.2.3. Cómo se lo vamos a contar.

5.3. Comunicando con la audiencia:

- 5.3.1. La comunicación verbal.
- 5.3.2. La comunicación no verbal (gestual).
- 5.3.3. La dramatización.
- 5.3.4. La improvisación.

El método de la Venta Maestra

Autor



José María García

Diplomado en Marketing y Dirección Comercial. Mentor en Oratoria y Comunicación. Coach y formador con amplia experiencia como facilitador comercial.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

