

PROPUESTA FORMATIVA					
MÓDULO	NEGOCIACIÓN Y VENTA				
LUGAR		HORARIO			
PONENTE					
Nº MÓDULO	10	HORAS/MÓDULO	4 Horas	Nº HORAS	4 Horas
OBJETIVO MÓDULO					
<p><i>Desarrollar la capacidad para escuchar las necesidades del cliente desde su comunicación no verbal, implementarlo, practicarlo y potenciarlo en el ámbito profesional.</i> <i>“la diferenciación no está en el producto, está en las emociones que influyen sobre las decisiones”.</i></p> <p><i>Además de descubrir el potencial, (enfocado en resultados), a departamentos comerciales o profesionales de aplicar herramientas y distinciones asociadas a inspiración y enrolamiento; distinguiéndolo de la gestión de venta pura para identificar qué maneras de ser, que conductas y actitudes funcionan.</i></p>					
COMPETENCIAS QUE SE TRABAJAN					
<p><i>Escucha activa, empatía, ganar- ganar, honestidad, rigor, enfoque en resolución de conflictos, negociación, comunicación eficaz</i></p>					

SINOPSIS MOD	
<p><i>Todos tenemos clientes de primera vez, nuestro objetivo es bucear en las necesidades del cliente y determinar sus prioridades.</i> <i>Detectar verdaderas necesidades. Por qué compra y por qué decide no hacerlo.</i> <i>Ya no compramos objetos si no maneras de ser, formas de vida!</i></p> <p><i>En este módulo vamos a ver los mecanismos básicos para la toma de decisiones.</i> <i>Trabajaremos con los sistemas representacionales. V.a.k. y como comunicarnos con cada uno de ellos.</i> <i>La influencia de la voz en la comunicación y en un proceso de venta.</i></p> <p><i>Transmisiones de mensajes y su interpretación.</i> <i>Realizaremos el test v.a.k.</i></p> <p><i>Te has preguntado alguna vez, esto para que lo he comprado si no lo necesito?</i> <i>Hallas la respuesta en este módulo, cuales son nuestros procesos mentales para la toma de decisiones.</i></p> <p><i>La justificación de la decisión es la racionalización de la compra!! .</i></p>	

También trabajaremos una herramienta que diferencia la venta tal y como la conocemos comúnmente de la capacidad de vender en un contexto de inspiración y enrolamiento a nuestros propios compañeros de trabajo, colaboradores, clientes e incluso proveedores hace que podamos tener un resultado diferente, en muchos casos exitoso.

¿Qué maneras de ser nos frena en nuestras relaciones con los clientes?, ¿por qué no trasmitimos de forma transparente cual es nuestro propósito en las reuniones?, ¿para qué generar una relación íntima con la otra parte y cómo conseguirlo? ¿Aplicamos la escucha activa y la empatía en nuestras reuniones? ¿Actuamos igual sea quien sea a quien tengamos delante? ¿Realmente negociamos y hacemos ver nuestras propuestas desde un ganar-ganar?

Un departamento comercial que maneje en excelencia sus maneras de ser, las competencias que exponemos, que tenga presente la visión de la empresa y la acompañe de rigor y compromiso, estará mucho más cerca del éxito frente a otro escenarios.