

Curso de PROFESIONAL DE LA VENTA - TRANSVenta con Habilidades de Inteligencia Emocional y Coaching					
DENOMINACIÓN DE LA PROPUESTA	Curso de PROFESIONAL DE LA VENTA - TRANSVenta con Habilidades de Inteligencia Emocional y Coaching				
PRESENCIAL	En Centro de Formación	HORARIO	A definir por la Empresa		
IN COMPANY	En la Empresa contratante	HORARIO	A definir por la Empresa		
FORMADOR/TUTOR	Jesús Ortega Coaching (En web: QUIÉN SOY)				
HORAS TOTALES	A convenir	PRESENCIALES	Todas	Unidades Formativas	31

## 1. INTRODUCCIÓN AL CURSO QUE SE PROPONE

En una sociedad en la que las Empresas se encuentran con una alta competitividad comercial, este curso que presentamos pretende distinguir entre comercial (sin formación, aunque actitud positiva) y **Profesional de la Venta** como personal altamente cualificado para afrontar un mercado cada día más saturado de comerciales "de calle".

Cada día es más importante que las empresas cuenten con personal cualificado para la venta de sus productos de una manera que los diferencie de sus competidores en su sector. Esa diferencia claramente la puede proporcionar el elemento humano, su comunicación, su preparación y sus maneras de transmitir y comunicar.

Desde el conocimiento de uno mismo como persona, de sus fortalezas y asimismo de las barreras que se pudieran presentar, el tener herramientas emocionales y técnicas de venta adaptadas a cada cliente es un valor altamente valorado.

La automotivación, constancia y voluntad de un **Profesional de la Venta** es la clave del éxito, no sólo del propio vendedor sino del éxito y los resultados de la Empresa que tenga en su plantilla a un **Profesional de la Venta**

Comenzando por la manera de presentarse, la forma y manera de comunicarse con el cliente, descubrir sus necesidades, la resolución de objeciones, negociaciones, cierre de la venta y seguimiento post-venta, marcan la diferencia del **Profesional de la Venta**.

Por lo general los clientes compran para cubrir sus necesidades y no por el producto en sí. Es por esto de vital importancia que el **Profesional de la Venta** sepa indagar, descubrir en el cliente esas necesidades que necesita cubrir y aplicar el producto a esas necesidades. Si esto se consigue, el resultado de la venta tiene un alto índice de resultados y además con el cliente se crea una relación que puede tener como resultados futuras ventas de otros productos en la confianza creada.

Un **Profesional de la Venta** seguro de sí mismo, con una comunicación en excelencia que acoja las necesidades del cliente o sus peticiones de una forma humana y personalizada, utilizando para ello competencias de Inteligencia Emocional, comunicación efectiva, asertiva y profesional es un valor añadido para las empresas de calidad. **Profesional de la Venta** no es igual a comercial, entendiendo ese último como una persona con actitud y ganas y sin embargo carente de formación.

## 2. DESTINATARIOS

Este curso va dirigido a cualquier Empresa con una Fuerza de Ventas que quiera aportar a su equipo de nuevas habilidades, transformando así sus manera de trabajar y cualificación profesional. Adquiriendo habilidades y competencias de **Profesional Especializado de la Venta**.

La Empresa contratante puede proponer sus necesidades y horas para la formación y le haré una **Propuesta Formativa** y un Presupuesto, ambos ajustados a su disponibilidad y necesidades.

## 3. OBJETIVOS DEL CURSO

### 3.1. Objetivo general:

Que el alumnado consiga el autoconocimiento de ser **Profesional de la Venta** como punto de partida para, desde ahí, ejercer esta profesión con la capacidad de gestionar, no sólo su actitud personal sino todo el proceso durante el contacto con el cliente. Ejecutar de forma Especializada la gestión de la venta, de acuerdo con la normativa y legislación vigente en materia de consumo, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.

### 3.2. Competencias básicas del Curso:

El alumno/a adquirirá las competencias específicas:

- Adquirir competencias de Inteligencia Emocional aplicadas a la venta.
- Adquirir mecanismos de automotivación.
- Descubrir la importancia que tiene el conocimiento de los productos que va a vender.
- Dotar al alumno de una comunicación eficaz, asertiva y efectiva.
- Descubrir la importancia que tiene vender en base a las necesidades del cliente.
- Aprender a manejar una comunicación adecuada al cliente y sus necesidades.
- Ejecutar las acciones de la venta con el cliente.
- Gestionar las quejas y objeciones del cliente y utilizarla para cerrar la venta.
- Obtener, organizar y gestionar la información y documentación necesaria para el acto de la venta según las directrices de la empresa.
- Reconocer el valor de la postventa y fidelización del cliente.
- Crear una cartera de clientes.

### 3.3. Sector de Actividad:

Cualquier empresa que deba tener una Red de Ventas altamente Profesionalizada.

#### 4. TEMPORALIZACIÓN

Según necesidades de la empresa contratante y disponibilidad de horario total se facilitará una propuesta formativa adaptada a las necesidades de la misma.

El horario se establecerá de mutuo acuerdo entre Empresa contratante y Enfortec.

#### 5. FORMATO MÓDULOS Y UNIDADES FORMATIVAS (UF)

##### **MÓDULO FORMATIVO 1: El vendedor como persona.**

**UF 01:** El autoconocimiento a través de la Inteligencia Emocional.

**UF 02:** Responsabilidad y proactividad.

**UF 03:** Autoestima y Motivación.

**UF 04:** Comunicación asertiva y fortalezas personales.

##### **MÓDULO FORMATIVO 2: Perfil de un Profesional de la Venta.**

**UF 05:** Habilidades y competencias del vendedor profesional.

**UF 06:** Metodología y sistemática de ventas.

**UF 07:** Motivación por las ventas.

**UF 08:** Conocimiento de Habilidades de cambio según el cliente.

##### **MÓDULO FORMATIVO 3: Técnicas de ventas consultivas desde el modelo Transaccional.**

**UF 09:** La Teoría Transaccional.

**UF 10:** La gran herramienta de hacer preguntas poderosas.

**UF 11:** ¿Por qué compran los clientes?

##### **MÓDULO FORMATIVO 4: Matriz de personalidad como herramienta de comunicación.**

**UF 12:** Matriz de personalidad.

**UF 13:** Flexionar matrices para adaptarse al cliente.

**UF 14:** Comunicación efectiva y eficaz en base a matrices.

### **MÓDULO FORMATIVO 5: Generación de demanda.**

**UF 15:** Prospección de nuevos clientes.

**UF 16:** Contacto inicial.

**UF 17:** Prospección de nuevos clientes.

### **MÓDULO FORMATIVO 6: El encuentro con el cliente en el momento de la Venta.**

**UF 18:** El primer contacto en el punto de venta.

**UF 19:** El lenguaje No Verbal.

**UF 20:** Empatía y sintonía.

**UF 21:** Detección de necesidades.

**UF 22:** Presentación de la oferta.

**UF 23:** Comunicación persuasiva.

### **MÓDULO FORMATIVO 7: El cierre de la Venta.**

**UF 24:** Manejo de objeción.

**UF 25:** La objeción como señal de compra.

**UF 26:** El cierre de la venta.

### **MÓDULO FORMATIVO 8: La venta después de la venta.**

**UF 27:** La post venta.

**UF 28:** Utilizar el cierre como la preventa siguiente.

**UF 29:** Conocimiento y utilización del up-selling

**UF 30:** Conocimiento y utilización del cross-selling.

**UF 31:** Seguimiento del cliente, referidos y referenciados.

## 6. METODOLOGÍA

Este curso se impartirá en MODALIDAD PRESENCIAL.

La propuesta de enseñanza para la formación será eminentemente práctica, desde donde se generará conocimientos, procedimientos y estrategias para la resolución de situaciones críticas del desempeño laboral. Dicha modalidad didáctica implica la organización de estrategias que propicien el desarrollo de las capacidades definidas y la articulación de teoría – práctica, partiendo de la reflexión en torno a las acciones de trabajo. Se realizarán Rol Plays para aplicar los conocimientos y vencer las barreras de los alumnos.

Este curso combina:

Por cada módulo formativo, una primera parte más teórica, basada en los conocimientos previos a cualquier actividad práctica y dinámicas vivenciales para integrar las herramientas de forma orgánica en las que el/la alumno/a aprenderá a poner en práctica todo lo aprendido teóricamente y adquirir las competencias, habilidades y destrezas necesarias para realizar cualquier tipo de venta en las distintas empresas y según qué productos. Siempre supervisadas por el formador.

## 7. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Para evaluar la asimilación de contenidos de este Programa Formativo se utilizarán dos métodos de evaluación:

La parte teórica del Programa Formativo se evaluará a lo largo del proceso utilizando distintas herramientas tipo test.

La parte práctica de este Programa se evaluará por observación. Es decir, se observará a los alumno/as y alumnas en el momento de su trabajo, mientras realizan las distintas actividades. Se analizarán los trabajos y/o ejercicios realizados por el alumnado.

En todo momento la evaluación tendrá en cuenta los logros conseguidos por el alumnado en relación con la adquisición de las competencias básicas, por lo que tendrá un carácter:

- Criterial enfrentando al alumno/a con sus propias posibilidades de aprendizaje y adquisición de las Competencias Básicas.
- Cualitativo más que cuantitativo.
- Personalizado, valorando el proceso de cada alumno/a en particular.

## 8. PRESUPUESTO

Se establecerá presupuesto personalizado según la Empresa y número de trabajadores