

ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENTAS

Presentación:

Las empresas orientadas al sector de comercio y servicios requieren hoy día de un equipo capacitado para atender y asesorar adecuadamente a sus clientes.

El curso pretende desarrollar y potenciar las competencias del personal a través del manejo de diferentes herramientas y técnicas que le permitirán desenvolverse con eficiencia y profesionalidad.

En particular, este curso, brinda la posibilidad de abordar las necesidades de capacitación en cualquier área de ventas. El objetivo es lograr una excelente atención, satisfacción y asesoramiento de los clientes en cualquier tipo de pequeña, mediana y gran empresa brindando soluciones basadas en conocimientos adquiridos en el curso.

Plantear propuestas de valor: que desea el consumidor y/o el cliente, cuándo lo quiere, dónde lo quiere, cómo desea comprarlo, cuánto quiere comprar y cuánto está dispuesto a pagar por ello

Objetivos:

Conocer los nuevos contextos de los mercados. Conceptos, técnicas y herramientas para adaptar la dinámica de la organización a los mismos.

Adquirir los conocimientos y las herramientas de planificación, organización y dirección de los Equipos de Ventas. Mejorar la atención y satisfacción de los clientes. Y optimizar el manejo de la información

Materiales didácticos:

Se contará con repartidos especialmente desarrollado para la carrera, apoyo de soportes audiovisuales, así como los recursos y materiales brindados por la institución y los docentes.

Sistema de Enseñanza:

La carrera se desarrolla a través de clases presenciales en formato modular y horario flexible que permite al estudiante insertarse en cada

uno de los módulos individuales, debiendo completar la totalidad de los mismos para obtener la certificación final.

Público Objetivo

Dirigido a personas que deseen introducirse en el mundo laboral de la venta y la atención al cliente en el ámbito empresarial.

- Empresarios que requieran herramientas para el desarrollo administrativo de su emprendimiento.
- Profesionales, gerentes y trabajadores, que el desarrollo de sus actividades demanda un conocimiento exhaustivo de esta disciplina.

Perfil del egresado

El alumno egresado de la formación en Atención al cliente y ventas será capaz de:

Incorporar una visión profesional de la venta desde un enfoque centrado en el cliente.

-Incorporar desde la práctica técnicas aplicables para lograr un proceso de la venta exitoso.

Aprobación y Asistencia:

El alumno deberá tener el 80 % de asistencia.

Para aprobar la capacitación el alumno deberá obtener el 60% del puntaje total en cada una de las pruebas modulares y además en el proyecto final.

Carga horaria y frecuencia:

Dos veces por semana de dos horas cada clase. Total de 16 horas.

Duración:

1 mes

Temario – módulos

MODULO 1: ATENCION AL CLIENTE

- Conceptos y primeras impresiones.
- Concepto de servicios. Características e importancia de los servicios.
- Qué son los clientes y su importancia para la empresa. - Por qué los clientes satisfechos son imprescindibles.
- Objetivos comunes al personal de toda empresa. - Orientación al cliente: qué es y qué significa.
- ¿Porque se pierden los clientes?
- Servicio al cliente y servicio interno.
- Regla de oro de los servicios.
- Grandes enfoques sobre los clientes: Mktg transaccional y Mktg relacional.
- Calidad y Excelencia: concepto y definición.
- Diferencia entre Calidad y Excelencia.
- Qué desean los clientes de la atención.
- Conocer al Cliente: Necesidades Lógicas y Necesidades Emocionales. Factores claves en las expectativas del cliente.
- Las 10 reglas para lograr la excelencia en Atención al Cliente. Los 7 pecados capitales del Servicio.
- Los momentos de verdad en la atención a los clientes.
- La importancia de la actitud y cómo desarrollar una actitud positiva. Las habilidades de comunicación: sintonía con el cliente, saber escuchar y preguntar.
- Claves de la atención telefónica.
- El manejo de las quejas en forma efectiva. Principales interacciones con el cliente.

MODULO 2: GESTION Y TECNICAS DE VENTA

- Concepto de Ventas actual.
- Definición de Mercado. Mercado Real y Mercado Potencial.
La Conducta del consumidor.
- Psicología de las ventas. Aprendizaje.
- Motivaciones de compra del consumidor. Motivaciones de las compras emocionales.
- Las percepciones, el hábito, las actitudes y creencias. Los grupos de referencia.
- Las tipologías de cliente.
- Influencia y aplicación del PNL al área de Ventas
- La preparación para las ventas.
- Definición e importancia de la creatividad.
- Importancia de aumentar los conocimientos.
- La productividad y sus obstáculos.
- Estableciendo metas y objetivos.
- Importancia de observar.
- La calificación del cliente.
- Investigación: preguntas abiertas y cerradas.
- Resolución de dudas.
- El arte de vender:
- Las técnicas de Venta.
- Técnica AIDA.
- Fases de la Negociación y la Venta
- La prospección y sus claves.
- Preparación de la entrevista o contacto.
- Concertación de la entrevista.
- Presentación y contacto.
- Detección de necesidades y expectativas.
- Argumentación y presentación de propuestas.
- Tratamiento de Objeciones.
- Cierre
- Análisis y eventual post-venta.