

H 2.- TÉCNICAS DE VENTA, PROSPECCIÓN Y ACERCAMIENTO AL CLIENTE

DESCRIPCIÓN:

¿Dónde buscamos a nuestros clientes? ¿Cuáles son los mejores clientes para este seguro que quiero ofrecer en campaña? ¿Cómo aumentar de forma constante mi círculo de influencia?
¿Cuáles son las mejores fuentes de prospección? ¿Cómo convertir la prospección en un hábito? ¿Cuál es la mejor forma para conseguir concertar una entrevista con mi cliente?
¿Ventajas e inconvenientes del teléfono?

Aumentar el círculo de influencia debe ser el objetivo de cualquier vendedor exitoso. La búsqueda de nuevos clientes, o mejor dicho los clientes más adecuados al producto que se quiere ofertar es el objetivo básico de toda prospección. Una buena prospección empieza con un buen análisis de mi cartera de clientes que me permita realizar una buena segmentación para facilitar la venta cruzada y pasa por un adecuado uso de las referencias entre otras fuentes o métodos utilizados.

En la segunda parte del curso se trabaja el medio y la forma de concertar la entrevista de venta con el cliente prospectado, quién nos interesa que esté en el momento de la entrevista y cómo conseguir el Sí del cliente a celebrarla.

En todo momento, las explicaciones del formador van acompañadas de ejercicios prácticos a realizar en aula.

TEMARIO:

1. Introducción:
 - a) Características del vendedor
 - b) Tipos de venta

2. La prospección:
 - a) Concepto
 - b) Las cinco reglas de oro de la prospección
 - c) Métodos o fuentes de prospección

3. Acercamiento al cliente
 - a) La Unidad de Toma de Decisiones
 - b) La entrevista concertada
 - c) Tipos o formas de acercamiento
 - d) El tratamiento de las objeciones a la entrevista