

# TECNICAS DE VENTA Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

## Estrategias para la excelencia

- Ø **Modalidad: Presencial.**
- Ø **Duración: A concretar con empresa cliente**
- Ø **Precio: A concretar con empresa cliente**
- Ø **Objetivos:**

Este curso está dirigido a directivos y ejecutivos de cuentas, a trabajadores del Departamento de Atención al Cliente, y a comerciales. Se enseñará todo sobre el proceso de venta y la importancia y función que en él desempeñan los profesionales de la venta.

Además, este curso te dará las claves para saber cómo debes actuar, como profesional de la venta, para lograr la venta de los productos y la fidelización del cliente.

### Ø Contenidos:

- Ser comercial no es solo vender; dificultades de la venta
  - Se analizarán las resistencias de los clientes a ser abordados por el comercial. Las estrategias de ventas, la escucha del cliente, el entendimiento y desarrollo de sus necesidades. La tarea del vendedor es garantizar al comprador que se le entiende y se le resuelven las necesidades que tiene. Deberíamos tender a ser consultores de nuestros clientes. La impresión que de nosotros y nuestra empresa se lleva el cliente es la que perdura en su memoria; en solo unos segundos ya se ha formado una impresión de nosotros y nuestra empresa.
- Máximas del marketing
  - El estudio del marketing nos proporciona ideas útiles para abordar la labor comercial: somos una empresa cuya principal tarea es vender. Conocer nuestros puntos fuertes, los débiles, las ventajas y desventajas de la competencia, estar preparados para el éxito y el fracaso nos capacita para triunfar en el mercado. El desconocimiento de las ventajas competitivas que poseemos permite a la competencia adelantarnos y nos posiciona mal ante el cliente.
- Atención telefónica con un cliente que consulta:

- Cuando un cliente accede a nuestra empresa por vía telefónica realmente está girándonos una visita comercial completa, tal y como si estuviera en nuestras dependencias. De nuestra imagen comercial telefónica depende también nuestro éxito. Atender a sus demandas, sus consultas, ser resolutivos, prácticos, atentos, ágiles, son necesidades en el mundo comercial. El teléfono además de una herramienta que facilita el acceso es un buen instrumento de ventas, de fidelización.
- Técnicas y resultados de la Fidelización de un cliente:
  - Los clientes han cambiado, y cambian a diario. Tiene una serie de características que debemos conocer. Nuestra cartera de clientes debería ser una base de datos actualizada, conocida y divulgada. La empresa necesita saber cuales son nuestras gestiones con los clientes, más allá de la cuantía de sus cuentas. Satisfacer al cliente es prioritario; o lo hacemos nosotros o lo hará la competencia.
- Uso y manejo de la información escrita:
  - Una falta de ortografía puede dar al traste con la confianza que nuestra clientela tiene depositada en nosotros como empresa. Los giros gramaticales, las formas de expresión, el empleo de la cultura y los tecnicismos exigen de nosotros como empresa de un rigor y una calidad tan grande como exigimos a nuestros propios productos para salir al mercado. La información y su buen empleo es tarea de todos.
- Como tratar con un cliente molesto o enfadado; trato de las reclamaciones
  - El cliente siempre tiene la razón. Además de una máxima comercial muy conocida es una verdad insoslayable. Pero ¿qué sabemos de esa razón del cliente? Escucha activa, atención a las palabras del cliente, análisis de sus necesidades insatisfechas, son labores tan importantes como el producir con calidad y bajo coste o comercializar bien nuestros productos. Reposición del daño cometido, valor añadido, satisfacción del cliente.
- Trabajos inacabados
  - Las tareas inacabadas producen ansiedad, al igual que las mal realizadas (que es una forma de trabajo incompleto, porque habrá que realizarlo de nuevo o arreglarlo). El seguimiento del cliente, de sus gestiones, de sus pedidos, de sus consultas, son una tarea nuevamente prioritaria. La comprobación de las tareas, la verificación de los trabajos encomendados, repasar las acciones realizadas son una forma de garantizar que las cosas se realizan como se espera que se hagan.
- Gestión del tiempo y uso de la agenda.
  - Ladrones del tiempo, tiempo perdido, jornadas interminables que nunca se sabe a la hora que acabarán. Cuando tenemos la percepción de que hay mucho tiempo por delante, el rendimiento es menor, y la pérdida de tiempo es creciente. Trabajar en equipo tiene una serie de desventajas, a pesar de sus múltiples ventajas: estamos demasiado pendientes del trabajo de otros, desconcentrándonos de nuestras propias obligaciones... Asertividad para trabajar en nuestras responsabilidades por



encima de otras ajenas, es una forma de aprovechar nuestras horas de trabajo eficazmente.