

Acción formativa

Código: **AUTOF-080-16** Ref: **8424**Curso: **EXPERTO COMERCIAL EN NUEVAS ACTIVIDADES DEL SECTOR METAL**Nº. Acción: Grupo: Nº. Expediente: **AUTOF-080-16** Estado: **Previsto impartir**Plan: **CURSOS AUTOFINANCIADOS O PRIVADOS 2016**Materia: **Comercial**Privado: **No** Empresa:Lugar: **CENTRO DE FORMACIÓN FREMM** Dependencia: **AULA 6 TEORICO - PRACTICA PLANTA BAJA**Fecha inicio: **12/05/2016** Fecha final: **12/05/2016**Horario: **09:00 A 14:00 Y 16:00 A 19:00H** Calendario: **JUEVES**Total horas: **8** H.Teóricas: **4** H.Prácticas: **4** H.Presenciales: **8** H.Distancia: **0** F.C.O.: **No**Nº. max. alumnos: **20** Nº. alumnos certificados: **0**Reservas: **0** Desempleados **0** Metal **0** Otros Practicas: **No** F.inicio: F.final: Horas:**0**Gestor: **MARTINEZ JIMENEZ, EMILIA**Precio: **ASOCIADOS:80,00€ NO ASOCIADOS.120,00€**Profesores: **CATALAN, JUAN JOSE****Perfil del alumno:** Destinatarios:

Curso dirigido a gerentes y directivos de pymes integradas al sector del metal instaladoras, mecánicos ,ingenierías e integradores y para mandos intermedios o equipos comerciales que quieran ampliar conocimientos en gestión comercial en especial en aquellas actividades de mayor crecimiento en el sector.

Conocimientos previos:

Conocimiento técnicos medios o avanzados . Cierta experiencia en dirección de pymes, equipos de trabajo y gestión de clientes.

Objetivos: Objetivos Generales del curso: Ganar capacidad en funciones comerciales y habilidades como negociador. Conocer métodos y técnicas comerciales como parte de una estrategia de marketing orientada a actividades emergentes. Convertirse en un autentico prescriptor colaborador para sus clientes.

Objetivos específicos: **VENDER ES UN RETO**

- Conocer todas las fases que forman parte de la entrevista
- Transmitir credibilidad y confianza
- Potenciar habilidades comunicativas
- Incrementar la capacidad de persuasión
- Gestionar y reconducir adecuadamente las objeciones que puedan surgir
- Aprender a gestionar los estados de animo y mantener alta la motivación y superar las dificultades y fomentar la proactividad comercial

Objetivos específicos: **HERRAMIENTAS** para rentabilizar la gestión comercial

- Aprender las bases de la planificación comercial
- Segmentar adecuadamente para llevar a cabo relaciones más asertivas
- Aprender a aplicar ratios comerciales
- Introducción al CRM

Objetivos específicos: **MARKETING A MEDIDA Smart-Green**

- Descubrir los principales conceptos de marketing
- Conocer mejor las variables y elementos clave del proceso de decisión del consumidor.
- Descubrir las principales diferencias y aspectos entre el marketing de servicios frente al de productos
- Conocer las variables más importantes a tener en cuenta en la estrategia comercial y la operativa de marketing
- Descubrir las nuevas tendencias que nos llegan del entorno, los cambios de consumo y la nuevas tecnologías

Objetivos específicos: **VENTA SMART- Venta consultiva.**

- Descubrir la metodología de la venta consultiva
- Conocer mejor las variables y elementos clave para la selección de la cartera de clientes Conocer las distintas fases de la relación comercial hasta llegar a los clientes TOP
- Aprender a organizar mejor la "agenda" comercial.
- Descubrir nuevas variables que aumentan la eficacia en ventas.
- Aprender a focalizarse en lo importante.

Contenidos: MODULO I: VENDER ES UN RETO.

Conocer las distintas fases de la entrevista de ventas y los aspectos clave relacionados con las habilidades comunicativas, las actitudes favorables, la iniciativa en el momento de vender y la psicología del cliente.

Vender es un reto. Conseguir que nuestro cliente adquiera compre nuestro servicios y confie en nosotros, requiere de la puesta en practica de un proceso totalmente definido en el que tenemos que conocer y dominar como actuar en cada una de las etapas de la venta potenciando una determinadas habilidades comunicativas y actitudes y conocer lo mejor posible a nuestros clientes sus procesos y los aspectos que puedan ser mas relevantes para sus intereses.

1. La venta. La entrevista . Fases
2. El perfil comercial. Conocerse a uno mismo para potenciarse
3. Psicología del cliente.

MODULO II: HERRAMIENTAS para rentabilizar la gestión comercial.

Con frecuencia realizamos acciones comerciales dirigidas a un reducido grupo de clientes perdiendo efectividad con el curso se facilitan herramientas y estrategias para aumentar la rentabilidad de la gestión comercial.

Aplicar herramientas para establecer estrategias a partir de método "embudo de ventas" y conocer la correcta clasificación de la cartera de clientes facilitando que con pocos recursos se gane efectividad.

1. Conceptos básicos de gestión comercial
2. Creación de argumentarios
3. Gestión de nueva captación y mantenimiento de Cartera
4. Gestión de Cartera con CRM

MODULO III: MARKETING A MEDIDA Smart-Green.

Aprender de manera simple y práctica, los conceptos clave y las herramientas de básicas en marketing más eficientes y multiplicar el impacto comercial y fidelizar a nuestros clientes.

Con casos reales descubrir como desarrollar una estrategia adecuada al propósito de desarrollo comercial potenciando la ventaja diferencial "SMART-GREEN" Conocer las variables más importantes en la estrategia y su puesta en practica a partir de una hoja de ruta o plan de marketing. Descubrir la diferencia entre vender productos o vender servicios . Comprender mejor como se comporta el cliente y por qué con el fin de diseñar una estrategia adecuada a sus necesidades para adquirir el posicionamiento de mercado requerido.

1. ABC del Marketing y sus claves
2. Orientación al cliente
3. Marca y posicionamiento
4. Vender servicios smart-green
5. Innovaciones y tendencias

MODULO IV: VENTA SMART- Venta consultiva.

Practicar la empatía para desarrollar una estrecha relación con el cliente basada en la confianza mutua compartiendo objetivos comunes, traspasando los límites de proveedor y convertirse en colaborador clave.

Se establece el itinerario lógico que parte del estudio, identificación y selección de los clientes objetivo que impliquen una dedicación intensiva por su atractivo y expectativas de negocio, descripción de la organización y habilidades ha desarrollar en el proceso de fidelización y las metas de eficacia y rentabilidad previstas en cada uno de ellos.

1. Convertirse en el propio cliente
2. Organización orientada al resultado
3. Configurar la cartera a partir de las prioridades