

TÉCNICAS DE VENTA TELEFÓNICA

15
HORAS

DESCRIPCIÓN

La Venta Telefónica ha adquirido un alto rango, consolidándose como una de las relaciones más directas con el cliente. Sin embargo, vender por teléfono requiere conocer determinadas técnicas especiales que permitan ganar la confianza de los clientes y conseguir hacer apetecible nuestro producto o servicio.

Este curso está concebido para ayudar a los participantes a mejorar sus habilidades de venta telefónica, y utiliza para ello diferentes vídeos de rol play que repasan todas las situaciones habituales con las que se encontrará un profesional de la venta telefónica, ofreciendo recomendaciones sobre las conductas más adecuadas y los errores a evitar.

OBJETIVOS

Conocer los puntos clave en el proceso de Venta Telefónica. Mejorar la eficacia y productividad al teléfono Incrementar la capacidad de escucha activa. Superar las objeciones en la venta. Culminar con éxito operaciones telefónica y saber cómo cerrar una venta.

CONTENIDOS

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN A LA VENTA TELEFÓNICA: La Venta Telefónica.

UNIDAD 2: ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA: La Voz
- La Entonación - La Articulación y la Velocidad - El Lenguaje - El Lenguaje Negativo - El Lenguaje Positivo - La Escucha Activa - Las Actitudes.

UNIDAD 3: PREPARACIÓN DE LA LLAMADA: Obtener Información de los Clientes - Preparación del Contacto - La Preparación Psicológica antes de la Llamada - Manejar los Tiempos de Llamadas - Tiempos de Respuesta a una Petición de Información - La Llamada en Frío.

UNIDAD 4: PREPARACIÓN DEL ARGUMENTARIO DE VENTAS: El Proceso de Creación de Argumentos de Ventas.

UNIDAD 5: TRABAJAR CON LOS "FILTROS" (SECRETARIAS, RECEPCIONISTAS): Dificultades Frecuentes al Realizar la Llamada.

UNIDAD 6: PRESENTACIÓN AL COMIENZO DE LA LLAMADA: Captar la Atención y el Interés con la Apertura - El Saludo y la Presentación - Determinar los Objetivos de la Llamada.

UNIDAD 7: ESCUCHAR ACTIVAMENTE Y ESTABLECER RAPPORT CON EL CLIENTE: Saber Preguntar - Las Motivaciones de Compra de los Clientes - Argumentar - Las Características del Producto o Servicio - Las Ventajas y Beneficios del Producto o Servicio.

UNIDAD 8: EXPONER LA ARGUMENTACIÓN COMERCIAL: Secuencia de la Argumentación Comercial: Apertura - Secuencia de la Argumentación Comercial: Desarrollo - Secuencia de la Argumentación Comercial: Presentación de Beneficios - Algunas Recomendaciones para la Argumentación Comercial.

UNIDAD 9: REBATIR OBJECIONES: - Tratamiento de Objeciones - Pautas de Conducta en el Tratamiento de Objeciones - Objeciones más Habituales en el Momento de Realizar la Llamada - Tipos de Objeciones - Técnicas para Rebatir Objeciones - Reglas de Oro en el Tratamiento de Objeciones.

UNIDAD 10: EL CIERRE: El Cierre de Venta - Algunos Tipos de Señales de Interés en Cerrar la Compra - Requisitos durante la fase del Cierre de Venta - Técnicas de Cierre - Llamadas de Seguimiento - Resumen de las Técnicas de Cierre - Actividad Role play 1: Venta Telefónica a Particulares - Actividad Role play 2: Venta Telefónica a Empresas.