

ADOPTANDO UNA CULTURA DE FIDELIZACIÓN AL CLIENTE



OBJETIVO: Concientizar al personal de que la venta es un compromiso de todos y que la atención al cliente es parte del ciclo de venta.

BENEFICIOS: Podrá gestionar un cambio radical en sus colaboradores, en el último paso del ciclo de la venta, responsabilizando a todo personal para ofrecer el mejor servicio, basado en la entrega de valores y emociones.

TEMARIO

1.- INTRODUCCIÓN A LA VIEJA ESCUELA DE VENTAS

- La vieja escuela basada en el producto cambió a vender a través de ver al cliente, más cómo persona que cómo cliente.
- Cuando comercializamos el mismo producto, ¿dónde está la diferencia? ¡En nosotros como persona! Vendemos lo mismo todos, con pocos valores añadidos. El valor añadido y diferenciador radica más en la persona que suministra el producto y que da la cara, que en el producto en sí.
- El error que cometen hoy en día las empresas, es que se dedican más al producto que al cliente. Es decir, muchas empresas de capacitación se concentran más en las técnicas de ventas, que en la autogestión.

2.- ENTREGA DE EMOCIONES

- El cliente no compra lo que objetivamente es mejor, sino lo que cree que es mejor.
- La responsabilidad de la venta, ya no descansa solo en el vendedor, la venta es un proceso de emociones donde estarán involucrados todos aquellos quienes tengan contacto con el cliente.

- La atención al cliente no es lo que se comunica, es lo que se transmite, no se vende un producto se venden emociones (confianza, ilusión, seguridad etc.). La lógica o lo racional aconseja “los sentimientos VENDEN”.
- Lo que quiero es generar la sensación de confianza ¿a través de qué? de la mirada, de tono de voz, de los gestos, de la escucha activa, de una serie de variables totalmente independiente del producto.

3.- PROCESOS DE VENTA

- Solo el 5% del personal de atención al cliente se prepara. El resto, atiende de forma casual: preparación, organización, aptitudes, actitud, herramientas, eliminar el síndrome de pepequeran (pereza, pena, que dirán).

4.- MANEJO DE OBJECIONES

- Definición.
- Técnicas de cómo manejarlas.

5.- CIERRE

- Conocimiento del producto.
- Técnicas de ventas.
- Auto gestión.