



Instituto de la
Productividad Industrial

Seminario

Estandarización de la comunicación para las ventas

Estandarización de la comunicación para las ventas: Vende el doble en la mitad de tiempo

Seminario

¿POR QUÉ ESTE CURSO?

EL PROBLEMA

Normalmente se piensa que Vender es un arte. Y que por eso solo lo pueden hacer ciertos genios que tienen un conocimiento implícito y unas habilidades que no se pueden transferir a lo que serían simples mortales. Y esto es verdad, pero solo en una pequeña parte.

Esta creencia limita el crecimiento de la empresa porque hace inexistente la sistematización del departamento comercial. El departamento comercial se deja en manos de cuasi genios cuyos procesos nadie entiende y que nadie puede entender.

Hay un serio cuello de botella en la capacidad de vender de las empresas.

- No hay sistema:
 - No se han analizado las necesidades concretas de cada segmento de cliente.
 - Por tanto, no hay guiones orientados específicamente a cada segmento.
 - No hay un mensaje.
 - Y por tanto, la eficiencia de los impactos es muy baja, cada comercial argumenta según sus propios métodos y no hay coherencia dentro del equipo.
 - La falta de acceso a estándares de venta implica retrabajos de no valor añadido.

NECESIDAD Y SOLUCIÓN

La empresa necesita conocer qué eventos, mensajes y métodos provocan ventas y conversión.

Una vez conocidos estos se han de estandarizar y guionizar. Deben ser integrados en los procedimientos y sistemas de las operaciones comerciales de forma que se sistematice la repetición de los mensajes.

Estandarización de la comunicación para las ventas: Vende el doble en la mitad de tiempo

¿CÓMO LO HACEMOS? PROGRAMA

1. INTRODUCCIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DEL CURSO

- 1.1. El problema.
- 1.2. La necesidad.
- 1.3. La solución: Objetivo del curso.

2. ENTENDER EL EMBUDO DE CONVERSIÓN

- 2.1. El tamaño del mercado: El catálogo de producto.
- 2.2. De nuestro mercado, ¿cuántos clientes nos conocen? ¿Por qué?
- 2.3. De los clientes que nos conocen, ¿cuántos clientes nos solicitan ofertas? ¿Por qué?
- 2.4. De los que se interesan, ¿cuántos clientes nos aceptan las ofertas? ¿Por qué?
- 2.5. ¿Cómo crece y mejora el embudo y la conversión?

3. LA CREACIÓN DE MENSAJES

- 3.1. Propuesta de valor: el mensaje.
- 3.2. ¿Estamos dando más garantías implícitas? ¿Las estamos comunicando? Promesa y garantía.
- 3.3. Las evidencias: buscar y registrar evidencias que refuerzan nuestro mensaje.
- 3.4. Prácticas:
 - Mensaje de beneficios y propuesta de valor.
 - Mensaje de garantía.

4. ESTRUCTURACIÓN DE ARGUMENTOS: FICHA DE COMUNICACIÓN

- 4.1. Conocer la ficha de estructuración de guiones.
- 4.2. Diagnosticar: que piensa el interlocutor.
- 4.3. Fijar el objetivo: que queremos que piense.
- 4.4. Artefactos para alcanzar el objetivo: mensajes, evidencias y estrategias.
- 4.5. Llamada a la acción.
- 4.6. Prácticas:
 - Selección de problemas objeciones e incidencias recurrentes de los clientes que provocan que no se venda.
 - Creación de estructuras de argumentos y fichas de comunicación para superar dichas objeciones.
 - Asignación de tareas para los participantes para que ejerciten la ficha de comunicación.

Estandarización de la comunicación para las ventas: Vende el doble en la mitad de tiempo

5. SOPORTES EN LOS QUE UBICAR Y “CAMUFLAR” LA FICHA DE COMUNICACIÓN

- 5.1. La ficha de comunicación en el embudo de conversión.
- 5.2. Cómo ubicar y “camuflar” los mensajes dentro de nuestros soportes.
- 5.3. Dónde ubicar los mensajes de la ficha de comunicación: Página web, folletos, tarjetas, vídeos, guiones de los vendedores, presentaciones en Power Points, ofertas, firma del email, etc.
- 5.4. Prácticas:
 - Inserción de los mensajes en los distintos soportes comerciales.
 - Ejemplos en las ofertas tipo del clientes

MATERIALES Y RECURSOS

Se entregará a cada alumno:

- Manual del curso.
- Formatos editables para la creación de guiones y mensajes.

OBJETIVOS Y BENEFICIO DEL SEMINARIO

Concretos de este curso:

- Identificar los mensajes y argumentos que convierten.
- Estandarizar: Todo el equipo utiliza dichos mensajes y argumentos.
- Dar acceso a los estándares.
- Mejorar la productividad comercial, comunicando, ofertando y convirtiendo más en menos tiempo.

De la modalidad de formación en abierto:

- Compartir y analizar experiencias con otros asistentes.
- Salir del entorno cotidiano y ampliar la percepción de soluciones.
- Para la empresa: Formación continua de alto impacto con bajas interferencias.

Te ofrecemos formación de alto impacto:

- En poco tiempo de impartición recibirás los conceptos clave de cada temática.
- Complementaremos con recursos para su uso práctico por parte de los alumnos en sus empresas.

Estandarización de la comunicación para las ventas: Vende el doble en la mitad de tiempo

- Te facilitaremos el contenido más completo para que puedas ampliar en función de lo aprendido y de tus necesidades. Te facilitaremos el acceso a los contenidos del [Curso de Técnico Superior en Productividad Industrial On Line](#).

Nuestros 20 años de experiencia en proyectos de mejora y formación a nuestros clientes nos sirven para facilitarte los conceptos más importantes.

DIRIGIDO A

Directivos, vendedores y gerentes de pequeñas y grandes empresas.

¿POR QUÉ EL IPI?

El Instituto de la Productividad Industrial es una iniciativa de Zadecon, que es una reconocida firma de ingeniería y consultoría en productividad industrial (www.zadecon.es). Esto implica que todos nuestros contenidos y propuestas formativas surgen de las necesidades detectadas en la industria y, por lo tanto, disponen de un enfoque muy práctico. Algunas de nuestras estadísticas son:

- Más de 4.500 profesionales formados.
- Más de 600 proyectos de mejora de la productividad.
 - o [Conoce los testimoniales de nuestros alumnos](#).
 - o [Estos son algunos de los Clientes que confían en nosotros](#).
- [12 libros editados](#).
- [Más de 30 contenidos desarrollados](#).
- El ponente es [José Agustín Cruelles](#), ingeniero industrial y fundador de Zadecon.

DURACIÓN

6 horas.

PRECIO

590 € por alumno.

DIPLOMA

A cada alumno se le entregará un certificado del Instituto de la Productividad Industrial y Zadecon.

Estandarización de la comunicación para las ventas: Vende el doble en la mitad de tiempo



e-mail: info@institutoindustrial.es

Tfno: 902 01 07 61