



IPI

Instituto de la
Productividad Industrial

Curso

Estandarización de la comunicación para las ventas

In Company

CURSO DE ESTANDARIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN PARA LAS VENTAS

Vende el doble con la mitad de esfuerzo.

IN COMPANY

¿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 HAY GUIONES.**
- **NO HAY UN MENSAJE.**

LA NECESIDAD

LA EMPRESA NECESITA CONOCER QUÉ EVENTOS, MENSAJES Y MÉTODOS PROVOCAN VENTAS Y CONVERSIÓN E INTEGRARLOS EN SUS PROCEDIMIENTOS Y SISTEMAS.

LA SOLUCIÓN

OBJETIVO DEL CURSO

El objetivo del curso es aprender a:

- Conocer nuestro embudo de conversión:
- Desde la definición del mercado hasta la confirmación de pedidos.
- ¿Qué eventos hacen que vendamos más? Hacerlo tangible.
- Estandarizar la comunicación para mejorar el embudo de conversión:
- Elaboración de mensajes:
- Hacer que el cliente descubra su necesidad.
- Cómo crear un mensaje de promesa.
- Cómo crear un mensaje de garantía.
- Inventariar evidencias que soporten nuestros mensajes.
- Sistematizar la repetición de los mensajes.
- Crear una ficha de comunicación matriz.
- Colocar la los mensajes en los diversos soportes: página web, tarjetas, folletos, ofertas, etc.
- A delegar el proceso de venta en nuestros colaboradores y agentes.

BENEFICIO

Aplicar lo aprendido en este curso le aportará:

- Creación de argumentos y mensajes eficaces y eficientes e inserción de los mismos en los distintos soportes.
- Métodos para automatizar y repetir los mensajes.
- Capacidad de escalar sus ventas.
- Capacidad de reproducir y mejorar los métodos de los mejores vendedores en todo el equipo.
- Difundir la cultura de las ventas en toda la empresa, en todas las comunicaciones.

EN DEFINITIVA:

INCREMENTARÁ SUS VENTAS CON MENOS ESFUERZOS Y RECURSOS

DIRIGIDO A

Directivos, vendedores y gerentes de pequeñas y grandes empresas.

GARANTÍA DEL IPI:

1. Contenido de calidad.
2. En los cursos predomina el componente práctico.
3. Experiencia y metodología pedagógica.
4. Satisfacción de los alumnos formados.
5. Difusión de la cultura de la comunicación dentro de su empresa.

Puede ver testimoniales de alumnos y de empresas en:

<http://www.zadecon.es/testimoniales.html>

Ver nuestros valores y garantías en: <http://www.institutoindustrial.es/valores-y-garantias.html>

¿Por qué el IPI?

- Más de 2.500 profesionales formados.
- Más de 500 proyectos de mejora de la productividad.
- 30 contenidos desarrollados.
- 9 libros editados.
- <http://www.institutoindustrial.es/por-que-el-ipi.html>
- **Porque después de recibir nuestros cursos contará con un posterior servicio de acompañamiento y soporte.**

VENTAJAS:

Las ventajas de la formación en la empresa son las siguientes:

- Las prácticas están orientadas a problemas concretos del cliente.
- Durante el desarrollo de la parte práctica se aportarán mejoras que los alumnos podrán poner en marcha.

Esto hace que:

1. Los alumnos aprendan y asimilen mucho mejor los conceptos.
2. Se consigan mejoras para la empresa que, por sí solas, rentabilizan el curso.

Curso de estandarización de la comunicación para las ventas.

FORMADOR:

José Agustín Cruelles Ruiz: <https://www.linkedin.com/in/joseagustincruellesruiz>

DURACIÓN Y FECHAS

La duración del curso es de 10 horas presenciales en la empresa del cliente. Las fechas se acordarán por ambas partes.

CONTENIDO DEL CURSO

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?
- 2.3.- ¿Cuántos clientes nos solicitan ofertas?
- 2.4.- ¿Cuántos clientes nos aceptan las ofertas?
- 2.5.- ¿Cómo crece y mejora el embudo y la conversión?

3. LA CREACIÓN DE MENSAJES

- 3.1.- Propuesta de valor.
- 3.2.- ¿Estamos dando más garantías implícitas? ¿Las estamos comunicando? Promesa y garantía.
- 3.3.- Las evidencias: buscar y registrar evidencias como si no hubiera un mañana.
- 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 contenidos.
- 4.2.- Diagnosticar la situación del interlocutor.
- 4.3.- Mensajes, evidencias y llamada a la acción.
- 4.4.- 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.**

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 e incluso en la entrega de bienes y servicios.
- 5.4.- Prácticas:
 - **Inserción de los mensajes en los distintos soportes comerciales.**
 - **Ejemplos en las ofertas tipo del clientes**

PRÁCTICA

Para asimilar correctamente el curso, se llevará a cabo el estudio y resolución de casos prácticos del cliente.

MATERIAL

A cada alumno se le entregará:

- Libro *Diseño de la propuesta de valor*.
- Formatos editables para su posterior uso.
- Presentación del curso.
- Ejercicios.

TÍTULO

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



Zadecon es una ingeniería de organización industrial reconocida por la industria. El IPI ha sido promovido por Zadecon para la impartición de formación en el ámbito de la mejora de la productividad.

Para ver referencias entrar en <http://www.zadecon.es/clientes.html>

PRECIO

1400 € + 70 €/alumno

Esta variable se debe a la entrega de materiales para cada alumno.

NOTA: A estos precios se sumará un complemento por dietas y desplazamientos en función de la ubicación en la que se imparta la formación.

Puede solicitar su presupuesto contactado en:

e-mail: info@institutoindustrial.es

Tfno: 902 01 07 61

CURSO BONIFICABLE POR LA FUNDACIÓN TRIPARTITA