

ADOPTANDO UNA CULTURA DE FIDELIZACIÓN AL CLIENTE



25 - Mayo
COSTA RICA



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 ultimo 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.

CUPO LIMITADO

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN

ADOPTANDO UNA CULTURA DE FIDELIZACIÓN AL CLIENTE

Garantizo la inscripción de _____ persona (s)

Nombre de Participante

E-mail

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

DATOS DE FACTURACIÓN

Compañía: _____

RUC: _____

Dirección: _____

Ciudad: _____

Tel: _____

AUTORIZADO POR

Nombre: _____

Cargo: _____

Tel: _____

E-mail: _____

TEL: (506) 4000 - 0731
ventas@trainingpartnersdmc.com

INVERSIÓN:

₡160.000

PRONTO PAGO:

₡128.000

(Antes del 5 de Mayo)

₡140.000

(Antes del 15 de Mayo)

PAQUETE CORPORATIVO:

Grupo de 3 participantes

₡360.000

INCLUYE

Información estratégica, material de trabajo, reconocimiento, coffee break, almuerzo y la exposición de un prestigioso consultor.

HORARIO

De 8:30 am a 5:30 pm

FORMAS DE INSCRIPCIÓN

***Llenar solicitud de inscripción** (anexa a este folleto) y enviar por E-mail a nuestras oficinas

***Cuenta a nombre de:**
Training Partners DMC, S.A.

***Depósito y Transferencia a:**
Cuenta de Ahorros
Banco Nacional de Costa Rica
Colones: 200-01-044-025192-7
CC 15104420010251927
Dólares: 200-02-044789-6
CC 15104420020047895

***ENVIAR POR E-MAIL LA FICHA DE SU DEPÓSITO SELLADA**

POLÍTICAS DE CANCELACIÓN

Para recibir su reembolso deberá cancelar su inscripción 5 días hábiles previos a la fecha del seminario, si es posible se emitirá una carta válida para un evento futuro del mismo precio. Nuestros seminarios se realizan a un quórum mínimo de participantes, si la cantidad de participantes no completa el quórum y usted ya realizó el pago, la devolución del dinero se da en un lapso de 3 semanas o se le concede una participación de cortesía para 2 seminarios del mismo o menor valor.

San Joaquín de Flores Heredia, 100 S y 100 E
del Palacio Municipal de Flores, Costa Rica