

Objetivos

1. Identificar y comprender perfil del vendedor telefónico, para entender las habilidades, competencias y características que una persona necesita para vender por teléfono.
2. Aprender a diseñar el guion de venta telefónica, para no necesitar apoyarse 100 % en la improvisación, contando con un punto de partida diseñado conforme a la estrategia comercial.
3. Comprender que la conversación telefónica tiene distintas fases, cuáles son y qué las caracteriza; comprender que hay distintas tipologías de clientes que necesitan de distinta gestión y trato; comprender que hay situaciones y expresiones que deben ser evitadas por un comercial de venta telefónica.
4. Identificar y comprender cómo utilizar la voz a lo largo de una conversación de venta por teléfono, para poder aprender a gestionarla, de cara a sacarle el máximo partido.
5. Conocer al cliente: sus sesgos mentales que se encontrará a lo largo de su proceso de toma de decisiones (compra).
6. Conocer al cliente: sus motivaciones de compra que se encontrará a lo largo de su proceso de toma de decisiones (compra).
7. Conocer al cliente: cuáles son los obstáculos que se encontrará a lo largo de su proceso de toma de decisiones (compra).
8. Conocer al cliente: cuáles son los perfiles de clientes que se encontrará a lo largo de su proceso de toma de decisiones (compra).
9. Identificar y comprender cuáles son las claves de una escucha activa (diferenciándola con la escucha superficial).
10. Identificar las características que podemos encontrar en una persona que sufre de "telefonofobia" y cuáles son las claves para minimizar su impacto en el desempeño de la labor comercial telefónica.

Parámetros de evaluación

1. Entender correctamente las claves que definen el perfil del vendedor en el entorno de la venta telefónica.
2. Aprender a diseñar un guion de venta telefónica.
3. Aprender a dominar las distintas fases de la venta telefónica; conocer qué tipos de clientes podemos encontrarnos y cuál será la mejor forma de actuar en cada caso; aprender qué es lo que no debemos hacer - decir .
4. Aprender a utilizar la voz y adaptarla a las necesidades propias de una conversación de venta por teléfono.
5. Comprender cómo influye la Economía conductual en la Venta por Teléfono y aprender a gestionar los sesgos mentales que intervienen en la toma de decisiones (compra) del cliente.
6. Aprender a gestionar las motivaciones de compra en la toma de decisiones (compra) del cliente.
7. Aprender a gestionar los obstáculos que ha de afrontar el cliente en su toma de decisiones (compra).
8. Aprender a gestionar la relación con los distintos perfiles de cliente que nos encontraremos en el proceso de venta.
9. Aprender a escuchar al cliente (claves).
10. Ser capaz de entender qué es la telefonofobia y cómo podemos ponerle solución.

Programa

Unidad 1. Perfil del vendedor

1. Perfil del vendedor telefónico
 - 1.1 El perfil integral del vendedor
 - 1.2 Cualidades que debe tener un buen vendedor telefónico
 - 1.3 Claves para ser un buen vendedor por teléfono

Unidad 2. Guion de venta telefónica

1. El guion de venta telefónica
2. Las objeciones
 - 2.1 Calves para rebatir las objeciones
 - 2.2 tipos de objeciones y posibles respuestas
3. Razones por las que diseñar un buen guion de ventas

Unidad 3. Fases de la venta telefónica

1. Fases de la conversación de venta por teléfono
 - 1.1 Primera fase. Introducción
 - 1.2 Segunda fase. Sondeo
 - 1.3 Tercera fase. Cierre
2. Tipología de clientes
3. Situaciones y expresiones a evitar cuando hablamos por teléfono con un cliente para vender

Unidad 4. Como utilizar la voz

1. Introducción
2. Elementos clave en la gestión de la voz
3. Ejercicios para mejorar la voz para vender por teléfono

Unidad 5. Conocer al cliente: sesgos mentales

1. La economía conductual y su relación las decisiones de compra de los consumidores
2. Sesgos mentales
 - 2.1 Ejemplos de sesgos mentales

Unidad 6. Conocer al cliente: motivaciones

1. Concepto de motivación de compra.
 - 1.1 Motivación de compra por moda.
 - 1.2 Motivación de compra por interés.
 - 1.3 Motivación de compra por comodidad.
 - 1.4 Motivación de compra por afecto.
 - 1.5 Motivación de compra por seguridad.
 - 1.6 Motivación de compra por orgullo.

Unidad 7. Conocer al cliente: obstáculos

1. Obstáculos en la toma de decisiones.
 - 1.1 El deseo del cliente acerca de la adquisición del producto/servicio.
 - 1.2 La necesidad del cliente acerca de la adquisición del producto/servicio.
 - 1.3 La urgencia del cliente acerca de la adquisición.
 - 1.4 La capacidad económica del cliente.
 - 1.5 La confianza del cliente.
2. Ejemplo

Unidad 8. Conocer al cliente: perfiles

1. Distinción entre interlocutor filtro e interlocutor decisor
2. Diferentes perfiles profesionales que podemos encontrarnos en la venta telefónica.
 - 2.1 Directos General (CEO).
 - 2.2 Director Financiero.

2.3 Director de Proyectos.

Unidad 9. Claves de la escucha activa

1. La habilidad de escuchar el relato del cliente.
2. Errores más frecuentes del vendedor que abusa de la escucha superficial.
3. Claves de la escucha activa.

Unidad 10. La telefonofobia

1. Comprendiendo qué es la telefonofobia
 2. Características que convierten a las llamadas telefónicas en elementos que pueden provocar ansiedad.
 3. Síntomas físicos y mentales de la telefonofobia.
- 3.1 Claves para la gestión de la telefonofobia.

Material desarrollado por

Antonio Romero Cabrillana

DIRECTOR COMERCIAL

Experiencia profesional

Asesor Financiero (OVB Allfinanz España S.A.) 2020 - Actualidad.

Socio Director, Consultor Estratégico para empresas (ARC Consultoría) 2009 - Actualidad.

Director Comercial (SURJET SUMINISTROS TÉCNICOS DEL SUR, S.L.U.) 2020 - 2022.

Ejecutivo de Ventas (Digisystem Technologies) 2020.

Key Account Manager, Responsable Soluciones Gestión Documental Inteligente (COANDA) 2020.

Director Comercial (Grupo RICO IT Solutions) 2016 - 2019.

Director y Presentador Programa "Mejorando lo Presente" (Onda Azul Málaga) 2010 - 2017.

Consultor Área Centros Comerciales & Retail, Responsable Andalucía y Levante, (NewCConsulting). 2014 - 2015.

Director (Centro Comercial Augusta; Zaragoza; KLEPIERRE) 2013.

Gerente (Centro Comercial Nueva Condomina; Murcia KLEPIERRE) 2012 - 2013.

Gerente (Centro Comercial Rosaleda; Málaga, KLEPIERRE) 2002 - 2012.

Competencia docente

Profesor Área Ventas (Pharmanagement Business School).

Formación In-Company a medida para Empresas (ARC Formación).

Profesor y Mentor en el MBA Postgrado (ESESA).

Profesor y Mentor en el Master de Emprendedores Tecnológicos, MEET (ESESA).

Co-director del Área de Proyectos del Programa Superior en Gestión de Oficinas de Farmacia (ESESA).

Coach Director (Coachin4Retail, CoachingGrowth, Habilidades Comerciales).

Formación académica

Diplomatura Magisterio (Universidad de Málaga).

Programa Superior en Dirección de Ventas (ESIC).

MBA Executive y Máster en Dirección Financiera (ESESA).

Curso Valoración Empresas en Marcha (Iniciativas Empresariales).

Maestro Online, Formación Online (Vidroop).

Adr formación e-Learning, Curso Gestión Documental con Alfresco, Software.