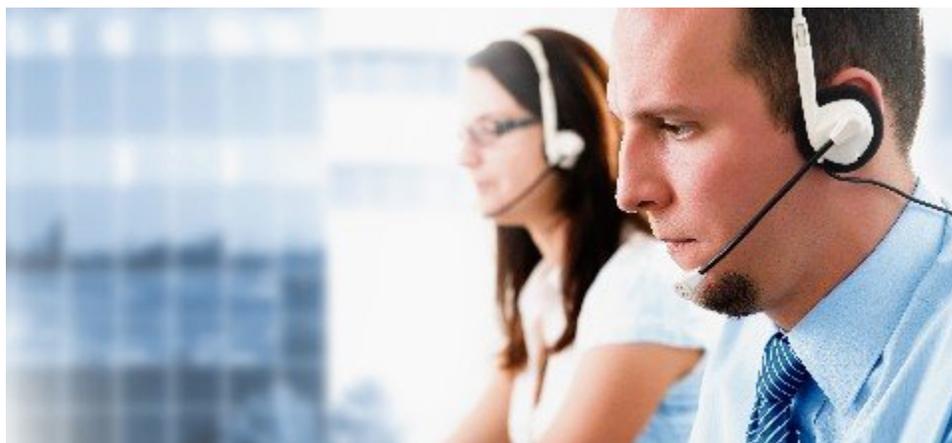




Curso Técnicas de Ventas
Telefónicas
Productos Financieros

Descripción del curso



FUNDAMENTOS

Cada vez son más las empresas que ofrecen productos y servicios financieros. Además de las entidades bancarias, locales e internacionales, que tradicionalmente han sido las que comercializan tarjetas de crédito y ofrecen préstamos de todo tipo (Personales, hipotecarios, B2B, B2C, Etc.), han surgido empresas privadas que ofrecen nuevas tarjetas de crédito locales, provinciales, y en países de alta densidad poblacional, caso México, Brasil, Argentina, Colombia, tarjetas y créditos dirigidos a ciudades o zonas específicas del país.

El crédito se ha convertido en un nicho de negocios de alta rentabilidad dirigido al mercado B2C de los diferentes segmentos económicos, particularmente a los segmentos de niveles económicos medios y bajos cuyo acceso al tradicional crédito bancario es más restringido.

Estas empresas, invierten altas sumas de dinero en publicidad, se esfuerzan en adherir comercios, establecen puntos estratégicos para la venta de estos productos, generar grupos de afinidad con otras tarjetas más conocidas y contratan promotoras, vendedores, agentes telefónicos cuyo objetivo principal, es lograr una mayor penetración de mercado.

Sin embargo, y pese a todos los esfuerzos e inversión, les resulta cada vez más difícil alcanzar sus objetivos, obtener la rentabilidad esperada.

La razón principal: Los equipos de venta, personal y telefónica, no cuentan con las competencias y técnicas comerciales y de servicio al cliente adecuadas. Se los instruye en los aspectos técnicos del producto, pero no se los capacita profesionalmente para



que cuenten con las herramientas, conocimientos y habilidades de negociación imprescindibles para cumplir y superar sus objetivos.

Conclusión: No solo afecta a los intereses de la empresa, sino también al empleado cuyo salario se compone de un fijo más variables sujetas a resultados

OBJETIVO GENERAL

Sistematizar el conocimiento en el contacto con los Clientes, brindar herramientas para lograr comunicaciones efectivas y reconocer y desarrollar habilidades personales de los participantes, a través de técnicas y prácticas concretas.

Aumentar considerablemente la efectividad sobre los contactos personales o telefónicos realizados o recibidos, In y Out Bpund, dotando a los participantes de los conocimientos y técnicas de venta telefónica de probada eficiencia en el mercado.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Reconocer las condiciones necesarias para entablar una comunicación efectiva y orientada hacia el cierre de la venta
- Desarrollar aspectos creativos de la personalidad con el fin de aplicarlo en la gestión comercial con el cliente.
- Identificar y reconocer las características distintivas de los diferentes tipos de clientes y desarrollar respuestas efectivas para cada uno de ellos, a partir de la indagación, reconocimiento de sus necesidades y expectativas y argumentación.
- Potenciar la habilidad para el reconocimiento y respuesta de los requerimientos del cliente para la gestión de venta.
- Poder conocer y trabajar con herramientas como la Matriz de Necesidades que les permitirá aumentar sus ventas de acuerdo al tipo de cliente
- Brindar herramientas concretas para incrementar la capacidad de negociación.

Al final de la formación, los operadores podrán:

- Administrar eficientemente su tiempo
- Trabajar profesionalmente su base de datos (Método)
- Planificar sus ventas y llamados
- Realizar Cross Selling, venta cruzada y Up Selling, (Renovación de créditos)
Aprovechar el contacto o llamado para vender productos complementarios, dar a conocer las ofertas o promociones
- Superar los objetivos
- Automotivarse
- Aplicar profesionalmente los pasos de la venta. Apertura, Desarrollo y Cierre.
- Asegurar la venta
- Cierre de venta Out Bound / In Bound



CARACTERISTICAS DEL CURSO

Esta capacitación se realiza a través de instructores profesionales de reconocida trayectoria en el mercado regional.

El formato y capacidad docente de nuestros especialistas logran una inmediata y entusiasta participación. Sus características son altamente dinámicas y se realizan ejercicios individuales y grupales durante todo el entrenamiento

ALCANCE DEL SERVICIO

Todos nuestros entrenamientos son previamente adaptados a las características y objetivos de la empresa que contrata el servicio.

Esta adaptación se realiza mediante un proceso previo de CONSULTORIA a través del cual:

- Realizamos escuchas telefónicas. Esta gestión nos permite identificar el tipo de clientes, conocer los productos o servicios ofrecidos, evaluar la performance actual de los operadores y emitir una evaluación final de los mismos con nuestras consideraciones y recomendaciones.
- Visita a las sucursales o puntos de venta de mayor interés del cliente
- Recolectamos toda la información relativa al entorno operativo y tecnológico de soporte de la operación.
- Solicitamos reportes o información que nos permita evaluar los actuales resultados obtenidos. Efectividad en la venta, cantidad de llamados realizados/recibidos vs. Ventas concretadas, Etc.

TEMARIO BASE DEL ENTRENAMIENTO

Breve Introducción al Telemarketing

- Realidades del mercado actual
- El valor real de un cliente
- Venta, su definición

Pasos previos de la venta telefónica

- Planificación de la llamada
- Script (Guión), su importancia
- Planificación de la venta
- Matriz de producto

Pasos de la venta telefónica:



Apertura:

- Saludo inicial, la importancia de los primeros 60 segundos
- Cualidades de la voz – Tono. Volumen, Velocidad, Dicción
- Características del lenguaje
- Información imprescindible a dar en el contacto inicial
- Producir impacto, atraer la atención del cliente
- Técnicas de apertura de la llamada
- Modelos de script
- Primeros ejercicios de práctica

Desarrollo:

- Generar interés
- La empatía
- Escuchar activamente
- Detectar las necesidades del cliente
- La Pirámide de Maslow
- Relacionar necesidades con beneficios
- Rebatir objeciones
- Lograr la participación del cliente
- Preguntas abiertas, preguntas cerradas
- Mantener el interés
- Técnicas de inducción a la compra

Cierre:

- Técnicas de Cierre
- Tipos de Cierre en la venta telefónica
- Escuchar las señales de compra – Cuales son
- Tomar el pedido
- Asegurar la venta

DURACION:

Dependerá de la cantidad de participantes y disponibilidad del cliente.