



[www.ibiae.com](http://www.ibiae.com)  
[ibiae@ibiae.com](mailto:ibiae@ibiae.com)

C/ San Juan Bosco N°1- 03440 Ibi (Alicante)  
Telf: 966 552 736 Fax: 966 552 784

**NOMBRE DEL CURSO:** Como Incrementar Las Ventas: Con la Experiencia no Basta

**DURACION:** 12 Horas

**MODALIDAD:** Presencial

**TITULACION:** Al finalizar el curso el alumno recibirá un Diploma o Certificado de Aprovechamiento.

**AREA FORMATIVA:** Marketing y Ventas

Empresa colaboradora:





[www.ibiae.com](http://www.ibiae.com)  
[ibiae@ibiae.com](mailto:ibiae@ibiae.com)

C/ San Juan Bosco N°1- 03440 Ibi (Alicante)  
Telf: 966 552 736 Fax: 966 552 784

Vender, ya no es fácil. Por dura que parezca, ésta es la realidad a la que se enfrentan las empresas hoy. Una realidad que se traduce en mayor dificultad para vender y en mayor riesgo de supervivencia empresarial. Pero, ¿han cambiado las empresas la manera de vender para hacer frente a la actual situación? ¿Existen nuevas técnicas de ventas adaptadas a la coyuntura económica? ¿Se han planteado las empresas un cambio en la forma de abordar sus ventas? Jim Rohn, el gurú del liderazgo, dice: "Me parece fascinante que casi todo el mundo planifica sus vacaciones con más cuidado que su trabajo. Tal vez sea porque es más fácil escaparse que cambiar". Ante la situación actual, este curso propone un cambio para afrontar las nuevas dificultades que plantea el cliente. Un cambio radical en la manera de vender. También un cambio de actitud porque los buenos comerciales deben poseer recursos para crecerse en tiempos difíciles. Y todo ello a través de un conjunto de nuevas herramientas de aplicación inmediata. Por tanto, tras el curso, el vendedor podrá llevar a cabo nuevas acciones comerciales, y descubrirá por qué hasta ahora no lo había hecho.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Revelar cuál es el talón de Aquiles de todos los métodos de ventas.

Descubrir cuáles son los errores en los que suelen incurrir hasta los profesionales con mayor experiencia en ventas.

Diseñar nuevas herramientas para adaptar los métodos de venta a clientes cada vez más difíciles y exigentes.

Instrumentar una nueva actitud capaz de afrontar la situación actual sin caer en el pesimismo o derrotismo.

#### **PROGRAMA FORMATIVO**

Pero... ¿Qué está fallando?

Nuestros enfoques persuasivos condicionan cómo somos juzgados

La desgracia de los vendedores. ¿Quién es el protagonista?

**Empresa colaboradora:**





[www.ibiae.com](http://www.ibiae.com)  
[ibiae@ibiae.com](mailto:ibiae@ibiae.com)

C/ San Juan Bosco N°1- 03440 Ibi (Alicante)  
Telf: 966 552 736 Fax: 966 552 784

Olvídate del plural. Venta Consultiva 2.0.  
Tiempos difíciles = Clientes difíciles. Encontrando la dependencia dual.  
¿Qué acciones comerciales potenciar ante la situación actual?  
El error de dar por hecho lo que no es un hecho.  
La experiencia pasada pesa poco.  
DesOrientación al cliente  
Focaliza: la llave de la persuasión comercial.  
Responsabilidad y elección: la “mentira” de la orientación al cliente.  
Los motivos, la rueda y el intercambio.  
Basta con que el regalo le guste al que lo recibe.  
El cliente ya no paga cosas superfluas, a no ser que sean gratis.  
¿Cuáles son los errores comerciales que cuestan más caros?  
Lo que el cliente oculta y es preciso descubrir.  
¿Por qué el cliente no da toda la información?  
¿Cuál es la habilidad clave ante un cliente difícil?  
El “por qué” y el “para qué” del cliente.  
¿Dónde se pierde la venta? ¿Quiere vender o quiere tener razón?  
La pregunta del millón: ¿Por qué nadie la plantea?  
Nuevas técnicas de ventas: acompañamientos, la sal y Maradona.  
Si no hace esto, no pregunte nada al cliente.  
Cómo descubrir lo que pocos vendedores descubren.  
El timing en la entrevista de ventas.  
Problemas y peticiones encubiertas del cliente.

**Empresa colaboradora:**





[www.ibiae.com](http://www.ibiae.com)  
[ibiae@ibiae.com](mailto:ibiae@ibiae.com)

C/ San Juan Bosco N°1- 03440 Ibi (Alicante)  
Telf: 966 552 736 Fax: 966 552 784

¿Crees saber cómo vender a todos tus clientes? Mal empezamos

Gestor relacional: Más allá de la venta consultiva

Diagnóstico comercial: El triángulo virtuoso: herramientas

Recuerda los pilares: Deseo de ganar y miedo a perder

Más te vale no escucharlo todo. Estrategia 2. Plan B: Más madera, modelo persuasivo post octubre 2008

¿Gestionar más duro o con más inteligencia?

El motor del cambio de “casi” todo: Plan B.

Tenemos dos motores, pero uno no funciona.

La incomodidad, la culpa, ... NO sirven. La duda SI.

“Plan B”. Nuevas técnicas de cobro posterior al 2009.

Tú decides el grado de presión a ejercer.

Empresa colaboradora:

