

Barcelona, 18 de diciembre de 2017

# CERRAR ¡MÁS! VENTAS

## La nueva fórmula orientada al cliente para cerrar ventas complejas

### Programa

#### 1. UN NUEVO ENFOQUE PARA CERRAR VENTAS ADAPTADO A LA REALIDAD DEL B2B.

Una nueva filosofía para cerrar ventas complejas basada en el logro de compromisos secuenciales por parte del cliente a lo largo de todo su proceso de compra, que requiere del vendedor actitudes y habilidades distintas. Cómo diseñar una propuesta de valor para cada compromiso que se solicita al cliente.

#### 2. CÓMO LOGRAR QUE EL CLIENTE CONCEDA SU TIEMPO Y ACCEDA A EXPLORAR EL CAMBIO.

Para cerrar, primero hay que abrir: seis pasos para lograr citas con clientes demasiado ocupados, y cómo responder a las objeciones típicas. Cómo conseguir que el cliente se abra a explorar el cambio. Cuidado con las falsas premisas: el cliente no está necesariamente insatisfecho con su situación. Preguntas a plantear y preguntas a evitar para movilizar al cliente al cambio.

#### 3. CÓMO LOGRAR QUE EL CLIENTE SE COMPROMETA A CAMBIAR Y ACEPTAR COOPERAR EN LA SOLUCIÓN.

La crucial diferencia entre 'lead' y 'oportunidad': el compromiso del cliente para buscar una solución al problema identificado. Las preguntas clave para urgir al compromiso para cambiar. Las formas más eficaces de pedir información e 'input' al cliente para así convertirle en 'socio' y co-propietario de la solución creada conjuntamente.

#### 4. CÓMO ALCANZAR EL CONSENSO EN EL GRUPO DE COMPRADORES Y EL COMPROMISO PARA INVERTIR.

Cómo dar voz a los implicados en la decisión de cambiar para que apoyen al cliente y hagan avanzar el proceso. Descubriendo a las personas clave del proceso de decisión. Cómo conseguir que el cliente prospecto esté dispuesto a invertir más tiempo, energía o capital para conseguir los resultados que necesita. Defender el precio mediante el valor: "es más de lo que creíamos"; "no tenemos presupuesto"; "la competencia lo ofrece más barato"...

#### 5. CÓMO LOGRAR QUE EL CLIENTE ACEPTAR REVISAR LA PROPUESTA Y CÓMO RESOLVER SUS DUDAS.

Lograr que el prospecto acceda a revisar la propuesta antes de la versión definitiva, para eliminar los riesgos de escuchar un "no". La presentación de la propuesta: reunión presencial vs email. La venta no termina en la presentación: cómo ayudar al cliente a evaluar riesgos, atender preocupaciones y eliminar miedos. Un repaso a los miedos y preocupaciones más frecuentes en B2B.

#### 6. CÓMO LOGRAR QUE EL CLIENTE TOME LA DECISIÓN FINAL Y CÓMO GUIAR LA EJECUCIÓN.

Cómo pedir al cliente una decisión final de forma natural, sin trucos y sin manipular. ¿Qué hacer si se obtiene un "no"? Objeciones habituales en esta fase, qué respuestas no funcionan y cuáles se recomiendan. La necesidad de una ejecución eficaz de la solución para lograr una relación duradera con el cliente. Cómo lograr los compromisos internos y los compromisos con el cliente.

#### 7. PAUTAS PRÁCTICAS PARA IMPLEMENTAR EL NUEVO ENFOQUE DE CIERRE B2B.

Comprender la secuencia de compromisos y conocer en qué punto concreto se encuentra la venta en cada momento. Usar lenguaje natural. Disponer de un "plan B" si no se logra el compromiso buscado. La necesidad de solicitar activamente compromisos al cliente durante el proceso de venta. La necesidad de proyectar confianza. Conocer a la persona con autoridad para aprobar la compra. Seguir el enfoque (la sustancia) por encima de la forma (las palabras).

### Objetivos

El cierre siempre se ha considerado la fase más difícil de la venta. En el pasado, se idearon técnicas y trucos para este momento decisivo, que luego fueron cayendo en desuso por su enfoque agresivo y manipulador. Pero hoy el cierre necesita de un enfoque adaptado a las nuevas realidades sociales y tecnológicas de nuestra era. En este programa se desarrolla dicho enfoque, con el fin de propiciar que el cierre resulte en realidad la parte más sencilla, ya que se han ido consiguiendo una serie de compromisos del cliente a lo largo del proceso de venta.

### Dirigido a

Directivos del área comercial y técnicos comerciales que trabajen en entornos B2B donde la venta haya aumentado su complejidad, y que vean necesario implementar un nuevo paradigma del cierre para evitar que el proceso de ventas siga encallándose en alguno de sus múltiples pasos.

### Metodología

La exposición del profesor gira alrededor de un amplio número de ejemplos prácticos reales, propiciando que los participantes puedan aplicar, debatir y aprender conceptos y técnicas de forma colaborativa.

### Profesor

**Santiago Palom Rico**

**Director General de Grupo ODE**

Director General de Grupo ODE. Master en Economía y Dirección de Empresas por el IESE (Global Executive MBA). Licenciado en Ciencias Físicas (Universidad de Barcelona). Se formó en los principios y la práctica del Management junto al Dr. Peter F. Drucker, y completó su formación en la Harvard Business School en las áreas de Estrategia, Marketing y Recursos Humanos, así como en la China Europe International Business School (CEIBS) de Shanghai en el área de la internacionalización. Tiene más de 25 años de experiencia como directivo y consultor de empresas, y una amplia trayectoria como formador en las áreas de Marketing y Ventas, Recursos Humanos y habilidades directivas.

### Cuota de inscripción

**Cuota General: 395 € + IVA**

**Clientes Grupo ODE: 355 € + IVA**

**Descuento del 10% en inscripciones adicionales.**

El precio incluye documentación, certificado de asistencia, almuerzo y dos coffee-break.

**Ayudas a la Formación:** su empresa puede beneficiarse de una bonificación de 104 € por asistente. Llámenos y le informaremos.

### Fechas, lugar y horario

**Barcelona, 18 de diciembre de 2017**

**Gran Hotel HAVANA BARCELONA**

**Gran Vía Corts Catalanes 647**

**Horario: De 09:30 h. a 19:00 h. (Duración total: 8 horas)**

**Solicitud de información e inscripciones**

**Telf. 933 010 162 (Montse Cirre) - e-mail: mcirre@ode.es**