

ÁREA: DESARROLLO Y CRECIMIENTO PERSONAL

TEMA 1: DE LA MOTIVACIÓN A LA ACCIÓN

¿Quién soy?

De la motivación a la acción ¿Por qué nos resistimos al cambio?

Como enfrentar las épocas difíciles

Modelos para adaptarnos y provocar cambios

Ética en ventas

Personalidad madura

La comunicación y las relaciones humanas

Autoestima y el poder de la mente

Objetivos y estrategias

Motivación, fuente de energía Plan de vida y carrera.

TEMA 2: RETA A TU GRANDEZA

Imaginación y éxito

Las actitudes y valores El poder y la grandeza

Los límites.

Creencias, normas y paradigmas

Planeación personal

El poder personal

El miedo al éxito

Plan Personal de mejora

TEMA 3: COMUNICACIÓN EFICAZ

Comunicación eficaz vs. Comunicación deficiente

Comunicación directa diádica

Estructura de mensajes significantes verbales y corporales

Congruencia entre lo que hago y lo que digo

Lo que digo es fácil de entender

Lo que hago refuerza lo que digo

La modulación de la voz es acorde con lo que digo

Entrenamiento para hablar en público

Dominio del escenario

Control visual y auditivo

Dominio de la dramatización para mantener la atención

Control del público

Práctica real

TEMA 4: IMAGEN PERSONAL

¿Qué es la imagen personal? Que debo cuidar

Pulcritud e higiene personal

Mi vestuario

Moda, colores, combinaciones

Como me veo, como me siento

Como me ven los clientes

Porte y elegancia

TEMA 5: INTELIGENCIA EMOCIONAL

Corrientes psicológicas en los negocios

Hemisferios cerebrales

Inteligencias del ser humano

Inteligencia emocional

Manejo estratégico de la mente en los negocios

La emotividad en la gestión comercial

La mente y la productividad

TEMA 6: TRABAJO EN EQUIPO

Filosofía del trabajo

El equipo como elemento social

Sinergia

FODA personal

Estructuras y procesos

Disciplina de trabajo

La curva del desempeño del equipo

Obstáculos para trabajar en equipo

Confianza y respeto

Evaluación y seguimiento

Administración de proyectos

Desarrollo de programas de trabajo



ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE VENTAS, A.C.

ÁREA: COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE

TEMA 1: INTRODUCCIÓN A LAS VENTAS

Enfoques de la venta moderna
Uso no abuso de la tecnología
Importancia del área de ventas
Evolución Promotor, vendedor, asesor profesional
Los profesionales de las ventas
Época actual ¿Crisis u oportunidad?
Apoyos externos e internos para el vendedor
Los cuatro factores para tener éxito en ventas
Habilidades de un asesor profesional

TEMA 2: LA PROSPECTACIÓN Y EL SEGUIMIENTO

La prospectación
El Acercamiento y el seguimiento Formula CON PRO CLI ¿Por qué no prospectamos?
16 técnicas de prospectación
La creatividad, fuente inagotable de prospectos
Importancia de los objetivos
Objetivos vitales en ventas Reglas para fijar objetivos técnica SOETS
Plan de Marketing personal

TEMA 3: TÉCNICAS DE VENTAS

Técnica Universal
Técnica AIDAS
Técnica SOETS
Técnica DE los seis pasos
Como convertir prospectos en clientes
Actitudes Básicas para cualquier técnica
Vendiendo beneficios
Importancia de conocer el producto
Características
Formula 1 x 3
Evidencias de uso

TEMA 4: CIERRE DE VENTAS

Las objeciones, oportunidad de cierre
Las objeciones como señales de acción Técnicas

para el manejo de Objeciones Como tratar a un cliente difícil.

Preparando el cierre de la venta
Unidad de Impacto
Cierres de prueba
Señales físicas
Señales habladas
Cierres efectivos

TEMA 5: LA VENTA DE PISO O MOSTRADOR

La venta actual
Importancia del vendedor
El vendedor-asesor
Características y actitudes del asesor
Apertura
Indagación y sondeo
Proponer el artículo
Beneficios
Manejo de objeciones
Cierra la venta, pero no la cuenta Cierre de ventas

TEMA 6: VENTAS MODERNAS

Vendedores y Ejecutivos de Cuenta
Vendedor Clásico vs. Venta Cibernética
Filosofía de la venta moderna
Contacto inicial Exitoso
Prospectación y ubicación del perfil del cliente (PNL, teoría de los hemisferios, PAN)
Técnicas efectivas de ventas
AUV (argumento único de venta)
PIB (Presentación inicial de Beneficios)
Preguntas de sondeo y detección de necesidades
Cierres de prueba
Manejo de objeciones
Cierres altamente efectivos

ÁREA: COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE

TEMA 7: PSICOLOGÍA DE LA VENTA

¿Por qué compran los clientes?
Tipos de clientes
Necesidades, expectativas y motivos dominantes de compra
La compra racional
La Venta emocional
Temperamento y carácter
La emocionalidad del asesor
El lenguaje
La corporalidad de ambos
Presentaciones efectivas utilizando la Psicología
La Programación Neurolingüística como herramienta de ventas
El buen rapport
Canales de acceso
Metamodelo del lenguaje

TEMA 8: ACTITUD DE SERVICIO

Fundamentos de la calidad
¿Quién es mi cliente?, cliente interno y externo
Que esperan de mí ¿Por qué me compra?
Condiciones de satisfacción
Expectativas ocultas
Identificar los momentos de verdad
Proceso de la venta
Midiendo su satisfacción
La queja, demanda y oportunidad de servicio
¿Causas de pérdida de un cliente?
¿Qué tendríamos que hacer para recuperarlo?
25 formas de cautivar a los clientes

TEMA 9: CALIDAD EN EL SERVICIO

Introducción.
Estrategia de servicio.
Fundamentos de calidad aplicados a la venta.

¿Conoce usted a sus clientes?
Como medir la calidad del servicio.
Los momentos de verdad
Servicio: El reto continuo

TEMA 10: COMO GENERAR CLIENTES

SATISFECHOS

¿Quién es mi cliente?
¿Por qué me compra?
Condiciones de satisfacción
Expectativas ocultas
Como lograr la lealtad de mis clientes
La ventana comercial
Midiendo su satisfacción
La queja, demanda y oportunidad de servicio
¿Causas de pérdida de un cliente?
¿Qué tendríamos que hacer para recuperarlo?
25 formas de cautivar a los clientes

TEMA 11: NEGOCIACIÓN COMERCIAL

¿Por qué negociar?
Negociación por interés
Las cuatro actividades vitales
Estilo personal de negociación
Negociaciones en grupo
Técnicas de negociación
Efectos de largo plazo de cada estilo
Auto evaluación y plan de mejora

TEMA 12: CREATIVIDAD EN VENTAS

La creatividad en la venta
Concepto de creatividad
Hemisferio derecho e izquierdo
Como desarrollar la creatividad en el equipo de ventas

ÁREA: COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE

Obstáculos
Fuentes de creatividad

TEMA 13: MERCADOTECNIA

Concepto de mercadotecnia
Antecedentes y conceptos de mercadotecnia.
Segmentación, posicionamiento y nichos de mercado Comportamiento del comprador.
Investigación de mercados.
Mezcla de mercadotecnia. Canales de distribución.
Promoción y publicidad

TEMA 14: MERCADOTECNIA DIRECTA

Concepto de la Mercadotecnia directa
Técnicas de Mercadotecnia
Base de datos
Creación y mantenimiento
Tele marketing
Objetivo, campaña y seguimiento
Tipos de scripts
Correo directo
Visita personal

TEMA 15: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Definición del problema
Definición de objetivos
Fuentes de información
Muestreo y universo
Elaboración de instrumentos para obtener información
Cuestionarios de prueba
Técnicas estadísticas
Técnicas cualitativas
Procesamiento de la información
Análisis de la información
Formulación de informes
Protocolo de entrega

TEMA 16: EXHIBICIONES DE ALTO IMPACTO

(Merchandising) ¿Qué es el merchandising?
Cambios en el mercado
Comportamiento del consumidor
El Lay Out y la exhibición
Exhibición en pasillos
Material Punto de venta (POP)
Auditoria comercial
Análisis de competencia
Micromarketing

TEMA 17: TELEMARKETING, PODEROSA

HERRAMIENTA DE VENTAS

El Representante de ventas telefónicas (RVT)
Persuasión vs. Imposición
Cualidades principales
Manejo de la voz
Estética de la voz
Ejercicios de ritmo, tono volumen y cadencia
Etiqueta telefónica
Características y Beneficios
Regla una por tres
Una característica 3 beneficios
Sondeo persuasivo
Frasas impactantes
Lo que más les agrada escuchar a los prospectos
Preguntas de reconocimiento
Cierres de prueba
Unidad de impacto en cierre
Cierres exitosos



ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE VENTAS, A.C.

ÁREA: COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE

TEMA 18: ESTRATEGIAS DE VENTA

Objetivos, estrategias y tácticas

Cambaseo

Comercio electrónico

Telemarketing

Redes de mercadeo

Multinivel

Ferias y exposiciones

Congresos

Salas de venta

Franquicias

Ventas por catalogo

Marketing de guerrilla

Benchmarking

TEMA 19: ESTRATEGIAS DE VENTA EN ÉPOCA DE

CRISIS La venta actual ¿Crisis u oportunidad?

Diagnostico comercial

Tres modelos para enfrentar la crisis Plan de

Marketing personal ¿Quién es mi competencia?

Técnica de ventas actual Técnica S.O.E.T.S.

25 formas de cautivar a sus clientes

TEMA 1: ADMINISTRACIÓN DE LA GERENCIA DE VENTAS

Operación del departamento
Relación con otras áreas
Enfoques modernos de la administración
Planeación, pronósticos y presupuestos.
Objetivos y cuotas de ventas.
Territorios de ventas. Análisis de la competencia Reportes y estadísticas.
Parámetros de mejora
Control de ventas
Análisis FODA

TEMA 2: ADMINISTRACIÓN DE LA VENTA PROCESO ADMINISTRATIVO

La planeación como herramienta de eficiencia
Herramientas de planeacion
La implementación
Administración del tiempo
Fuentes de ineffectividad
La evaluación
El control y la información para tomar decisiones

TEMA 3: ADMINISTRACIÓN Y PLANEACION ESTRATÉGICA

La empresa y su productividad.
Qué es la planeación estratégica.
Misión, visión y valores y análisis FODA
Alineación de la empresa
Presupuestos
Elaboración de un plan de negocios
Síntesis ejecutiva
El equipo de trabajo administrativo

ÁREA: DIRECTIVA Y GERENCIAL

TEMA 1: LIDERAZGO

La importancia del líder
Cuando y donde surge el líder
Autoridad y liderazgo
Delegación de autoridad
Compartir responsabilidad
Cuidado con el autoritarismo ¿Cuál es mi estilo de liderazgo?
Valores y características del líder
Evaluación y seguimiento
Plan de mejora personal y grupal

TEMA 2: INTEGRACIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO DE ALTO RENDIMIENTO

El equipo
Conocimiento e integración del equipo
Claridad de los objetivos
La planeación motor de arranque
Como lograr el alto rendimiento
Coordinación de acciones
La confianza, ingrediente básico
El respeto, otorgar y pedir
Como lograr sudar la camiseta
Establecimiento de parámetros de mejora
La creatividad en el trabajo
Lo que no se mide no se mejora
La información para tomar decisiones
Productividad es el reto

TEMA 3: EL PODER LAS CONVERSACIONES

Modelo del observador y la acción humana
La comunicación humana
Tipos de observadores
Componentes de una conversación
Lenguaje, Corporalidad y Emocionalidad
Actos lingüísticos básicos
Tipos de conversaciones
Peticiónes y ofertas
Aplicación en el trabajo

TEMA 4: ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO

Fundamentos de la administración
El tiempo "recurso no renovable"
Test personal
Identificando mis "quita tiempos"
Productividad personal
Técnicas de administración del tiempo
Evaluación y seguimiento
Delegar y aprender a decir "no"
Plan de mejora personal

TEMA 5: ANÁLISIS DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES ANÁLISIS DE SITUACIONES

¿Qué son los problemas?
¿Cómo prevenirlos?
¿Aprendizaje del problema? Análisis de información
Evaluación del proceso
Generando alternativas de solución
Proceso de la toma de decisiones
Evaluación y seguimiento

TEMA 6: DESARROLLO DE INTELIGENCIAS DIRECTIVAS

Que es la inteligencia directiva
Las inteligencias en busca de resultados
Las emociones y los negocios
Las inteligencias, un solo resultado
Emociones y estado de resultados
Creatividad la constante del éxito
El "know How" del Manejo Estratégico de la Mente

TEMA 7: COACHING EMPRESARIAL

Evolución del liderazgo
Fundamentos del coaching
El rol de las conversaciones
La estructura de coherencia
Componentes de una conversación
Actos lingüísticos básicos
Desarrollo de actitudes y acciones
Declaraciones, peticiones y promesas
Diseño de conversaciones
Actitudes y ética del coaching
Taller de aplicabilidad

TEMA 8: DESARROLLO DE HABILIDADES DE SUPERVISIÓN

La Empresa
El papel del Supervisor.
Funciones Básicas del Jefe Procesos Administrativos Responsabilidades del Supervisor.
Manejo de Autoridad, Poder y Mando
Integración
Aprendiendo a escuchar, conversar y discutir La teoría Douglas Mc. Gregor.
Estilos Gerenciales.
Liderazgo
Tipos de Liderazgo
Formación de Colaboradores
Retroalimentación Solución de Conflictos Visión de Negocio y Personal.
Plan Personal

ÁREA: PROGRAMAS DE ESPECIALIDADES

TEMA 1: FORMACIÓN DE ENTRENADORES (TRAINING OF TRAINERS)

El aprendizaje en los Adultos
Características del adulto
Actitudes del adulto ante el aprendizaje La Comunicación.
La comunicación como proceso
El entrenador como comunicador La Capacitación en el Puesto de Trabajo.
Preparación efectiva de instrucción
La guía didáctica
Diseño de materiales y ayudas visuales
Como generar una comunidad de aprendizaje
Herramientas y técnicas para la implementación
Ejercicios prácticos y demostraciones
Como generar energía y entusiasmo en el participante
Evaluación inicial, intermedia y final

TEMA 2: FINANZAS PARA NO FINANCIEROS

Conceptos de finanzas
Las finanzas y las ventas
Principios de contabilidad Estados financieros
Flujo del capital.
Razones e indicadores financieros
Sistema de financiamiento
Las finanzas personales

TEMA 3: COBRANZA EFECTIVA

¿Qué es la venta?
Liquidez y flujo de efectivo
Importancia del cobrador
Características del cobrador profesional
Constancia y esfuerzo

Informes y reportes
Técnicas de cobranza
Cobranza es presencia
Uso efectivo del teléfono
Cortesía y educación

TEMA 4: CÁLCULOS MERCANTILES

Conceptos básicos de los cálculos comerciales
Presupuesto de ingresos
Valor presente
Modelo Costo-Volumen-Utilidad (Punto de equilibrio)
Productividad y rentabilidad
Control de inventarios
Manejo de calculadora
Casos prácticos

TEMA 5: ELABORACIÓN DE MANUALES DE ORGANIZACIÓN

La empresa y su estructura
Contenido básico
Observar, preguntar y saber escuchar.
Políticas generales y particulares
La descripción del puesto
Sistemas y procedimientos
Métodos de presentación
Diseño de formatos
Validación y seguimiento
Auditoría organizacional



CONFERENCIAS

CONFERENCIA 1: “MERCADOTECNIA PARA EL SIGLO XXI”

Dirigida a:
Empresarios, directores y gerentes de área

Objetivo:
Que los asistentes conozcan las herramientas básicas de la mercadotecnia directa, con el fin de lograr la lealtad y recompra de sus clientes

Contenido:
La venta de hoy, Mercadotecnia de masas y mercadotecnia personalizada, mercadotecnia directa, Utilización de la mercadotecnia directa.

Duración:
1:15 a 1:30 horas, incluye sesión de preguntas y respuestas

CONFERENCIA 2: “CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS”

Dirigida a:
Empresarios que les interese el tema, directores comerciales, gerentes de ventas, y gerentes de recursos humanos.

Objetivo:
Que los asistentes determinen los factores claves de su empresa para lograr una fuerza de ventas altamente competitiva y comprometida con la empresa

Contenido:
¿Quién es un vendedor?, la venta estratégica, factores de influencia de la productividad del vendedor, como detectar necesidades de capacitación en ventas, áreas de capacitación, evaluación, actualización y seguimiento.

Duración:
1:15 a 1:30 horas, incluye sesión de preguntas y respuestas

CONFERENCIA 3: “LA PRODUCTIVIDAD, RETO Y REALIDAD”

Dirigida a:

Empresarios, directores, gerentes y cualquier persona interesada en el tema

Objetivo:

El participante saldrá de la conferencia con una técnica de aplicación inmediata en su empresa, en su área, en su departamento o en su vida, para lograr mejorar en forma considerable sus resultados.

Contenido:

Que es la productividad, ¿solo moda?, oxígeno para la empresa, seis formas de aumentar la productividad, 25 parámetros de productividad en la empresa. Técnica S.O.E.T.S. para incrementar la productividad.

Duración:

1:30 a 1.45 horas con sesión de preguntas y respuestas

CONFERENCIA 4: “SERVICIO, VENTAJA COMPETITIVA”

Dirigida a:

Empresarios, directores, gerentes y personas interesadas en el tema

Objetivo:

Los asistentes reafirmarán la importancia del servicio, como herramienta de mercadotecnia para lograr competir en forma exitosa en los mercados.

Contenido:

Concepto de servicio, momentos críticos en el proceso de venta, como medirlos, tipos de calidad en el servicio, características de un servicio de excelencia.

Duración:

1:15 a 1:30 horas con sesión de preguntas y respuestas.

CONFERENCIA 5: “EL RETO DEL CAMBIO”

Dirigida a:

Todas las personas con deseos de superarse

Objetivo:

Que cada asistente reafirme lo importante que es el cambio, y la forma de sacarle provecho, con el fin de lograr un crecimiento personal y profesional permanente.

Contenido:

Que son los cambios, el cambio como reto y oportunidad, modelos para enfrentar el cambio. Actitud mental positiva y confianza ingredientes vitales.

Duración:

De 1:15 a 1:30 horas con sesión de preguntas y respuestas.

CONFERENCIA 6: “EL TRABAJO EN EQUIPO EN EMPRESAS”

Dirigida:

Empresarios, directores y gerentes

Objetivo:

Que los participantes tomen conciencia de la importancia que tiene el trabajo en equipo en el incremento de la productividad en sus empresas.

Contenido:

La empresa flexible ante los cambios, la importancia de la dirección, retos empresariales, concepto de equipo, reglas para trabajar en equipo, principales obstáculos, ventajas.

Duración:

1:30 horas con sesión de preguntas y respuestas.

CONFERENCIA 7:

“LA VENTA, ACTIVIDAD VITAL DE LA EMPRESA”

Dirigida a:

Empresarios, directores, gerentes y personas interesadas en valorar la importancia de esta actividad.

Objetivo:

Que los participantes valoren la importancia de apoyar y exigir a los vendedores la cobertura de objetivos.

Contenido:

Concepto y enfoques modernos de la venta, Promotor-vendedor-asesor profesional, Test de apoyos externos e internos a los vendedores, La venta estratégica, Autodiagnóstico comercial.

Duración:

1:30 horas con sesión de preguntas y respuestas.

CONFERENCIA 8:

“CUSTOM RELATIONS MANAGMENT” (CLIENTE REALMENTE MIMADO)

Dirigida a:

Empresarios, directores, gerentes y personas que tengan contacto directo con clientes.

Objetivo:

Que los participantes se concienticen de los detalles que en su giro hacen que su cliente los recuerde por mucho tiempo.

Contenido:

Concepto de C.R.M., ¿Quién es mi cliente? ¿Qué compran los clientes? ¿Personas que influyen en la decisión de compra? Enfoques modernos de la venta, Empatía comercial, Validez de los programas de servicio al cliente, evaluación del servicio. La venta Integral

Duración:

1:30 horas con sesión de preguntas y respuestas.

CONFERENCIA 9: “CÓMO VENDER EN ÉPOCA DE CRISIS”

Dirigida a:

Empresarios, directores, gerentes y personal que quiera enfrentar el cambio del entorno con éxito

Objetivo:

Que los asistentes reafirmen o conozcan nuevas estrategias e ideas de sobre vivencia o crecimiento ante un entorno difícil y cambiante.

Contenido:

Dimensión del cambio, estrategias de productividad, pilares del éxito comercial, fórmula CONPROCLI, ¿Qué hago con mis clientes?, tácticas concretas para ventas de piso y para ventas de mayoreo.

Duración:

1:30 con sesión de preguntas y respuestas