



1. Datos Generales

Módulo: Estrategia de venta y servicio al cliente

Horas de Capacitación: 15 horas

Instructor: Daniel Maldonado O.

2. Descripción y objetivos de la capacitación

a) Importancia de la capacitación.

La estrategia de venta se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones sobre el producto o servicio que se está ofertando en un negocio y tiene como finalidad alcanzar determinados objetivos de ventas, las personas que conforman el emprendimiento deben entender exactamente la estrategia de venta para alcanzar los resultados propuestos con éxito, teniendo como eje principal una comunicación continua y lenguaje sencillo entre todos los que conformen la unidad de negocio.

La estrategia de venta junto con un buen servicio al cliente posiciona su producto o servicio por delante de la competencia, marcando con precisión la credibilidad y percepción del mismo, por tal motivo la importancia de esta capacitación radica en compartir con los participantes información y conocimientos que contribuyan al mejoramiento de su negocio.

b) Resultados esperados en los capacitados.

Al final del ciclo de “Estrategia de venta y servicio al cliente” los participantes estarán en la capacidad de:

- Analizar su proceso de ventas actual y diseñar mejoras a través de estrategias atractivas en función de su producto o servicio.
- Establecer objetivos de ventas.
- Un buen servicio logra fidelizar a los clientes y tener reconocimiento y recomendación por parte de ellos.
- Estar informado y tener la seguridad sus recursos monetarios depositados en el sistema financiero nacional y de seguros privados están protegidos de manera ágil y oportuna.
- Tener pleno conocimiento de sus derechos y obligaciones como usuario financiero y conocer las instancias donde puede recurrir ante alguna eventualidad o inconformidad.

c) **¿Por qué es importante y cómo contribuye esta capacitación con la formación integral del capacitado?**

Es indispensable el conocimiento de los temas a tratar para el desarrollo de su negocio, contribuyendo a una mejora en las ventas propuestas y recomendación de sus clientes habituales a futuros posibles clientes.

3. Contenido

ESTRATEGIA DE VENTA Y SERVICIO AL CLIENTE

| No | Tema | Horas | Instructor |
|-----------------------|---|-----------|-----------------|
| Tema 1 | Instrucción: Comportamiento del Cerebro en las Ventas y Estímulos | 1.5 | Diego Maldonado |
| Tema 2 | Elementos de Neuroventas | 1.5 | |
| Tema 3 | Vinculos Afectivos y de Confianza | 1.5 | |
| Tema 4 | Contrato Preliminar | 1.5 | |
| Tema 5 | Comercial de 30 de Segundos | 1.5 | |
| Tema 6 | Identificación de Dolores | 1.5 | |
| Tema 7 | Cierre | 1.5 | |
| Tema 8 | El Valor del Servicio | 1.5 | |
| Tema 9 | Como construir una cultura de servicio | 1.5 | |
| Tema 10 | Estrategias para Mejorar el Servicio al Cliente | 1.5 | |
| Total de Horas | | 15 | |

4. Sistemas de Evaluación

a) Desglose de evaluación

La evaluación se realiza tomando en cuenta los siguientes parámetros:

Asistencia: Se debe asistir al 80% de todas las sesiones de la clase.

(15 horas teóricas/sincrónicas)

Trabajo: Se realizará un trabajo final en base a los conocimientos difundidos a lo largo de la capacitación.

(5 horas prácticas/asincrónicas)

b) Metodología

El capacitador presentará el contenido de cada uno de los capítulos establecidos.

Se realizará un trabajo final el cual tendrá un plazo para poder entregarlo.

Se hará referencia bibliografía establecida.

5. Referencias

a) Bibliografía base

Libros

| Autor | Título | URL |
|---------------|---------------------------------|---|
| David Sandler | ¿Por qué fallan los vendedores? | https://www.mty.sandler.com/downloadc/32377/ |

