

Programa de “Captación de Potenciales”

care

objetivo negocio

ON

- Contribuir a la **mejora de los resultados** del equipo comercial, gestionando estratégicamente sus clientes a través de un proceso de trabajo basado en la información y en la elaboración de planteamientos de valor a clientes potenciales.

objetivo proyecto

OP

- Dotar a los comerciales de un **proceso de trabajo / metodología** para la captación de clientes potenciales que les ayude a incrementar su productividad.
- Desarrollar en los ejecutivos **habilidades** para la captación de clientes potenciales.
- Trabajar con los ejecutivos las **herramientas** de comunicación con el cliente (teléfono, correo electrónico y reuniones) para perfeccionar la captación de nuevos clientes .
- Sensibilizar a los ejecutivos sobre la **necesidad** de captar clientes nuevos de forma simultánea a la gestión de clientes consolidados de cartera.

Programa de “Captación de Potenciales”

care

Contenidos

- **La actitud hacia la captación:**
 - Justificación de la necesidad de nuevos clientes (balance comercial de carteras y clientes).
 - Compatibilizar y simultanear la captación de potenciales y la gestión de clientes de cartera.
 - Actitudes necesarias para búsqueda de nuevos clientes.
- **La captación de nuevos clientes:**
 - **Prospección general:** Criterios para la prospección y organización de los prospectos (priorización)
 - **Preparación “¿Por qué esa empresa tiene que ser cliente nuestro?:** El interés, el beneficio, el anzuelo y el camino.
 - **Contacto telefónico con grandes clientes**
 - Estructura / Proceso de la llamada: 4 fases
 - La personalización y acercamiento. Técnicas para inspirar confianza
 - Los filtros
 - Concreción y objetivo claro: “Concertar la entrevista”
 - **Otros medios complementarios** para comunicarse con los clientes (correo electrónico). “La sintetización y personalización del mensaje”
 - **Visita comercial – Primera visita:**
 - Estructura / Proceso y protocolos de la primera visita:
 - Preparación: Información sobre el cliente y elaboración de planteamiento.
 - Contacto: protocolos
 - La presentación “faseada”, a través de la cual se detectan posibles necesidades y se genera interés.
 - Argumentación y personalización del beneficio
 - Tratamiento de objeciones
 - Cierre

Metodología

- 1. Simulación / Teatralización de situaciones (Role-Plays),** entrenando las habilidades en:
 - el contacto telefónico
 - visita comercial.
- 2. Ejercicios - trabajos individuales / parejas / grupos:**
 - Actitudes para la captación
 - El correo electrónico más atractivo.
 - Elaboración del Protocolo de la Primera Visita.
 - Respuestas para objeciones de clientes.
- 3. Videos / Audios. Escenas de películas.** Análisis grupal para la obtención conclusiones.
 - Llamada a un cliente (real o simulado).
 - Visita comercial (identificando las fases de la visita)
- 4. Exposición del consultor:,** explicando los conceptos teóricos, mediante ejemplos prácticos.