

EXCLUSIVO
AGENCIAS DE
COMUNICACIÓN



¡Aprende a conseguir clientes nuevos de calidad de forma eficaz!

Un programa creado específicamente para responsables en ventas de agencias de comunicación

A quién nos dirigimos

Si trabajas en una agencia de comunicación, publicidad o en una editorial, eres:



DIRECTIVO



NEW BUSINESS
DEVELOPMENT MANAGER



ACCOUNT DIRECTOR



ACCOUNT MANAGER

y tu objetivo es conseguir clientes nuevos de calidad, ¡este curso es para ti!

Qué conseguirás con este curso de 12 h

- Agilizarás el proceso de consecución de cliente nuevo
- Entenderás bien el proceso de apertura de cliente
- Serás más sistemático y por lo tanto más eficaz
- Priorizarás mejor: entenderás el perfil de tu cliente ideal y sabrás cuáles son las acciones que tienes que tomar para acceder a él
- Tendrás una mentalidad enfocada a objetivos
- Comprenderás las *best practices* de venta en el sector de la comunicación

1. Definición de objetivos y estrategia comercial

El comercial tiene que ser capaz de trazar un plan de acción anual, trimestral, mensual y semanal para conseguir los objetivos comerciales. Repasaremos el embudo de venta, el *pipeline* y el cálculo de todos los KPIs relevantes para conseguir objetivos, así como las técnicas para realizar el seguimiento adecuado de los mismos.

2. Generación de leads/contactos

Veremos las claves y herramientas para conseguir reunión con los prospects adecuados.

Revisaremos cómo clasificar a los leads en base a prioridades y a criterios de segmentación, revisaremos las mejores técnicas para conseguir visita y cómo documentarla en un CRM o sistema compartido y revisaremos la gestión del tiempo adecuada para este bloque de trabajo.

3. La visita eficaz

Diseñaremos conjuntamente el guión de visita de cliente nuevo enfocado a cualificar al cliente (detectar si es un cliente con potencial o no) y cómo realizar la visita en función del potencial. Trabajaremos la escucha activa, el *elevator pitch* y repasaremos las mejores preguntas para poder extraer las necesidades del cliente. Revisaremos cómo documentar la visita en un CRM u otro sistema.

4. La propuesta y cualificación de la oportunidad

Repasaremos las claves para elaborar una propuesta con más posibilidades de cierre y definiremos los puntos importantes de la reunión de presentación de la propuesta de valor.

Explicaremos las distintas fases de cualificación de la oportunidad y cómo definir las probabilidades de venta en cada fase.

5. Seguimiento de presupuestos

¿Cada cuánto tenemos que hacer seguimiento de los presupuestos y cómo? ¿Cuáles son las mejores técnicas para que el presupuesto se convierta en un cierre de la venta?

6. Gestión de objeciones

El 97% de los clientes presenta objeciones para la compra. Revisaremos cuáles son las principales objeciones y cómo gestionarlas son claves para la venta.

7. Técnicas de cierre

Analizaremos las técnicas de cierre más eficaces para conseguir que un presupuesto pase a *closed-won* y veremos cómo pasar de un sí informal a una orden de compra o a la firma de un contrato.

8. Gestión del tiempo para comerciales

En un trabajo con múltiples funciones, ¿cómo podemos optimizar el tiempo para conseguir las máximas ventas posibles?

DURACIÓN

12 horas

Opción Extended: 3 días/4 horas cada día

Opción Intensive: 2 días/8 horas día 1 y 4 horas día 2

LUGAR

A convenir con cliente



Verónica González
Founder and CEO

m: 687 720 463

e: veronica.gonzalez@achiever.es



/veronicagonzalezportugues/