

**Fechas y horarios:** días 16, 23 y 30 de octubre de 2026, de 9:15 a 14:15 h.

**Duración:** quince horas.

**Opciones de realización:**

1. Presencial (Madrid capital) o
2. Aula Virtual (videoconferencia mediante ZOOM).

**Dirigido a:** personal de departamentos comerciales que necesiten adquirir o adecuar sus habilidades comerciales para abordar con éxito sus objetivos.

**Objetivos:**

- Dotar de herramientas para el análisis y gestión de la cartera de clientes y para la fijación de las diferentes estrategias para abordar a cada uno de los clientes.
- Desarrollar un método para preparar las visitas comerciales, contemplando todos los aspectos necesarios para conducir adecuadamente la negociación.
- Recorrer el proceso de negociación y entrenar las competencias y habilidades necesarias para llevar a buen término los acuerdos.

**Metodología:**

Se imparte siguiendo un sistema pedagógico eminentemente práctico, que alterna explicaciones teóricas con ejercicios didácticos, casos prácticos, simulación de situaciones reales, etc., basados en la práctica profesional.

**Precio por participante:** Trescientos (300) euros más el 21% IVA

(Bonificable a través de la Fundación Estatal; podemos realizar la gestión, sin cargo adicional).

## Programa:

### **IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE LA CARTERA DE CLIENTES Y DE LA PROSPECCIÓN:**

- Análisis del riesgo de la cartera de clientes.
- Distribución de los clientes.
- La matriz cruzada de clientes.
- La importancia y la urgencia de cada gestión comercial.

### **CONCERTACIÓN DE ENTREVISTAS EN LA PROSPECCIÓN DE CLIENTES:**

- Objetivos de la llamada.
- Preparación de la llamada de prospección.
- Etapas de la llamada de concertación de entrevistas.

### **PLANIFICACIÓN Y PREPARACIÓN DE LAS VISITAS COMERCIALES:**

- Recogida de información.
- Fijación de objetivos.
- Estructura de la visita.

### **CÓMO ESTABLECER UN CLIMA POSITIVO CON EL CLIENTE:**

- Romper el “hielo”.
- Captar la atención.

### **CONTEXTUALIZACIÓN DEL CLIENTE Y DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES:**

- Motivaciones de compra de los clientes.
- Roles del comprador.
- El método SPIN y la estrategia de preguntar.

### **LA ARGUMENTACIÓN PERSUASIVA:**

- Informaciones y argumentos.
- Los mensajes personalizados.
- Control del interés del cliente.

### **NEUTRALIZAR OBJECIONES:**

- Tipos de objeciones.
- Técnicas para refutar objeciones.

### **NEGOCIACIÓN:**

- Seguimiento de las ofertas.
- Intereses y posiciones.
- Manejo de las concesiones.
- Control de “juegos sucios”.
- El cierre de acuerdos.