



Trusted Advisor

Cómo mejorar los resultados comerciales convirtiéndote en asesor de confianza de tu cliente.



TRUST

Trusted Advisor

Ficha Técnica del Programa

DIRIGIDO A: Responsables de Ventas y KAMs que gestionan un proceso de venta consultivo en el que es clave crear confianza.

OBJETIVOS: Potenciar la capacidad de ser percibido como un asesor -en vez de cómo un vendedor más- a través de una mejor gestión de las fases clave del proceso consultivo de interacción con el cliente.

FORMATO: 3 Sesiones presenciales en grupo (hasta 10 participantes) con el plan de trabajo que se detalla a continuación.

- **SESIONES DE INMERSIÓN:** 2 Sesiones de 8 horas que -con un enfoque práctico- permiten al participante incorporar una potente metodología de gestión de la interacción con el cliente.
- **SESIÓN DE SEGUIMIENTO:** 1 Sesión final de 5 horas (3-4 semanas después de las Sesiones de Inmersión) para profundizar en la transferencia de los conceptos tratados a la realidad del participante.

Cómo mejorar los resultados comerciales convirtiéndote en asesor de confianza de tu cliente.

En un contexto con cada vez más competencia, la venta de productos y servicios complejos que requieren un enfoque consultivo exige aportar valor diferencial a través de la propia interacción con el cliente. Conocer al interlocutor, su empresa y sus necesidades es la clave para diseñar propuestas más relevantes y para saber cómo presentarlas. Por ello es esencial que el responsable comercial sea percibido como un asesor en el que el cliente encuentra el apoyo que necesita, lo que permite crear vínculos más sólidos a largo plazo. Con este propósito **Trusted Advisor aporta un método de trabajo práctico que permite al responsable comercial optimizar su gestión de las 5 Fases de la Interacción Consultiva:**

1. INTERACTION PLAN

2. RAPPORT

3. NEEDS MAP

4. VALUE

5. BENEFIT

ENFOQUE DE I+D WORKSHOP PARA LA INTERACCIÓN CON EL CLIENTE: Más que una formación, Trusted Advisor es un proceso de revisión profunda del modelo de contacto con el cliente que busca hacerlo más productivo. Para lograrlo, se siguen las siguientes etapas:

DIAGNÓSTICO



1. Meeting con referentes comerciales: El contacto con la dirección y personas clave del colectivo a formar permiten definir los objetivos específicos a cubrir.



2. Masked Customer 360°: A partir de las entrevistas, se realizan contactos comerciales simulando perfiles y situaciones concretas para elaborar un Diagnóstico 360° sobre la interacción.

FORMACIÓN



3. Personalización del programa: Las sesiones se ajustan para responder a las necesidades específicas apuntadas en el Informe de Diagnóstico 360°.



4. Sesiones prácticas basadas en un Modelo Experiencial de Aprendizaje: El programa plantea numerosos role-plays, casos y dinámicas orientadas a estimular el desarrollo del participante.

APLICACIÓN



5. Innovación: En las sesiones se rediseña el proceso de interacción con el cliente identificando mejoras que el participante puede aplicar de inmediato.



6. Sesión de transferencia: La metodología incluye una sesión final en la que los participantes ponen en común sus experiencias al aplicar en la práctica el contenido del programa.

SESIONES FACILITADAS POR UN TRAINER SENIOR ESPECIALIZADO EN VENTAS que conduce el programa desde su propia experiencia como responsable comercial y aplicando un innovador enfoque intensivo que permite maximizar el impacto.