

COMO CAPTAR Y RETENER CLIENTES.

OBJETIVO

Propiciar el conocimiento de las claves fundamentales de la captación y retención de clientes, su importancia central en la gestión comercial de las empresas, como asimismo permitir una aproximación práctica al tema, a través de las principales habilidades y herramientas implicadas en el mismo, incluyendo trabajar en equipo y la calidad de la atención telefónica.

TEMA	DESCRIPCION
1.- LA PREPARACION COMERCIAL.	<ul style="list-style-type: none">• La orientación al cliente: concepto, cultura y valores de la misma.• Valor agregado y satisfacción del cliente.• Qué debemos preparar para vender.• Relación entre Marketing y Ventas personales.• Ventas relacionales: qué son y su importancia.• La ética en Ventas• Claves del trabajo de equipo exitoso.• La importancia de la actitud y cómo se transmite.• Ejercicio.
2.-EL ARTE DE BUSCAR CLIENTES: LA PROSPECCION.	<ul style="list-style-type: none">• Qué es prospectar y cómo debemos encarar esa actividad.• Fuentes de prospección: cuáles existen y cómo elegir las.• El plan de prospección.• La calificación de los prospectos.• El comienzo del vínculo con los prospectos.• Ejercicio.
3.- LA INTEGRACION DEL MARKETING DIRECTO AL TRABAJO COMERCIAL	<ul style="list-style-type: none">• El telemarketing e Internet como apoyo al trabajo de Ventas.• Técnicas básicas para dialogar a distancia con el cliente.• Cómo integrar el trabajo a distancia con los contactos personales.• Enriqueciendo la información de los clientes para fidelizarlos.• La productividad de los contactos a distancia y las citas.• Ejercicio.
4.- EL CONTACTO CON EL POTENCIAL CLIENTE, (telefónico y personal)	<ul style="list-style-type: none">• Oportunidades de servicios por teléfono.• Reglas de la atención telefónica.• Técnicas para escuchar mejor.• Declaraciones y situaciones a evitar.• Palabras y frases convenientes por teléfono.• Manejo de quejas.• Obstáculos que impiden escuchar.• Entrevista personal: Generando buena sintonía: la apertura.• Investigando necesidades: el sondeo.• La presentación de los productos o servicios.• El manejo de objeciones.• El cierre de ventas.• Extendiendo la relación: la fidelización para retener al cliente.• Productividad de contactos personales de ventas: cómo aumentarla.• Ejercicios finales.

CV BREVE DEL DOCENTE FACILITADOR

HUGO LETTIERI

- Administrador de empresas - EDA – UR
- Post Graduado con nivel de Especialización en Marketing -UCUDAL UFRGS (Brasil)
- Con importante formación adicional en Gestión comercial y empresarial en diversos centros y entidades de Uruguay, Brasil y USA.
- Técnico en gestión de empresas familiares, certificado por la Cámara de Comercio y servicios- BID en el 2009.

- Consultor empresarial en temas comerciales y gerenciales.
- Docente y facilitador de cursos y talleres comerciales desde 1995 en IMUR: en temas de Comercialización para Pymes, Marketing directo, Ventas, Atención al cliente, Telemarketing, Merchandising y comportamiento emprendedor
- Fui Técnico consultor del Programa Emprende Uruguay, de Ex-JUNAE- UCUDAL, desde Nov. 2006 a Junio 2008.
- Docente y entrenador de empresarios en el programa ANMYPE- BID desde 1999 al 2002, habiendo capacitado en comercialización para Pymes a más de 200 empresarios.
- Consultor por proyecto en el mismo programa.
- Docente y consultor de empresas.
- Ha participado como docente free- lance en numerosas empresas e instituciones, desde el año 1995 a la fecha.
- Más de 300 empresarios de pequeñas y medianas empresas capacitados y muchos de ellos con asesoramientos o asistencias técnicas realizadas.
- Más de 1.800 personas capacitadas en distintos cursos del área comercial, Marketing y desarrollo organizacional.
- Algunas de las empresas e instituciones donde ha realizado actividades: HIPERCENTROS DEVOTO; CENTROS COMERCIALES DE FLORIDA, LAS PIEDRAS, Y ROSARIO; Programa INNOVA de Paysandú, Portisur congelados, Kaunas, Hotel Days Inn (Casa del Sol, Colonia), Oversil S.A. (Citroen Uruguay), Mosca S.A., Hipermercado Géant, Programa Cesvi- FUCAC, Bachini Consultores, IPRU (Instituto de Promoción Social del Uruguay), Santucci Equipamientos, Barraca Europa (Paysandú), Granjas del Uruguay, Biosistemas, etc.
- Coordinador de proyecto, fundador y docente del Programa de Gestión Empresarial de IMUR- ATUADU (Asociación de Técnicos Universitarios en Administración)- en 1998.
- Autor de artículos de su especialidad en diversas publicaciones impresas y digitales.
- Conferencista en SENAC, institución educativa terciaria brasileña, en la ciudad de Pelotas, Río Grande Do Sul, Brasil, Noviembre 2008. Tema: Supervisión efectiva de Ventas.

- Presentador de temas empresariales en eventos relacionados con el turismo y gastronomía, auspiciados por el Minist. de Turismo y la IMM, desde el año 2006.
- Conferencista y presentador de eventos relacionados con la historia del Tango como género representativo del Río de la Plata.