

# CÓMO VENDER EL VALOR DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

- Mejorar la satisfacción del asociado y, por ende, su fidelización a la organización
- Captar nuevos asociados





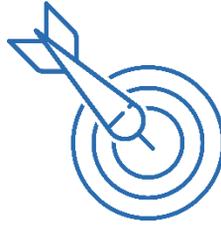
CEOE Formación es consciente de la importancia de contar con herramientas que apoyen la labor comercial que las Organizaciones Empresariales realizan para promocionar sus servicios entre los asociados y potenciar la captación de nuevos afiliados a su red.

En respuesta a esto, CEOE Formación ha diseñado un curso de formación a medida, para las OOEE, con el fin de dar respuesta a estas necesidades a través de un curso avanzado de venta estratégica que les ayude a fidelizar a sus asociados y a aumentar el ratio de captación de nuevos afiliados.



La crisis nos obliga a replantearnos la relación con nuestros asociados y a ofrecerles razones para mantener su fidelidad. También tenemos que atraer a nuevas empresas con propuestas de valor. Es necesario adoptar una estrategia de venta que sirva para promocionar y vender los servicios de la organización.

# OBJETIVOS GENERALES



01

Descubrir lo que un afiliado necesita de la organización en los momentos actuales.

02

Cómo generar confianza e incrementar la necesidad de la organización. Fidelización de asociados.

03

Cómo promocionar y vender sus servicios de manera diferenciada, frente a otras organizaciones similares.

04

Demostrar el ROI para el asociado (lo que recibo por lo que pago).

La formación estará centrada en **tres pilares: actitud, habilidades y procedimientos:**

- **Actitud:** Demostrar a los participantes que la situación de incertidumbre puede ser una oportunidad. Una organización cobra aún más valor para el afiliado en situaciones de crisis.
- **Habilidades:** Mejorar la comunicación, saber cómo obtener información de alto valor y establecer una relación de mutua comprensión y beneficio.
- **Procedimientos:** Cómo es el proceso de toma de decisiones de compra. La relación “Ganar-Ganar” con los asociados.

**DESTINATARIOS:** Secretarios Generales, Directores Generales y profesionales que por sus funciones, lleven a cabo relaciones profesionales con asociaciones y asociados.





# CONTENIDOS

## Proceso de Venta

### 1. Análisis previo

- Mapa de asociados.
- Posición ante ellos.
- Calificación de asociados.
- Gestión de asociados estratégicos y no estratégicos.

### 2. Preparación de la Oferta

- Necesidades del Asociado: sus razones para la relación.
- Definición de la oferta de servicios propia.
- Demostración de los valores de nuestra oferta.

### 3. Presentación de la Oferta

- Perfil del asociado: tipo de organización, posición que ocupa, perfil personal.
- Matriz de trabajo con asociados estratégicos.
- La argumentación de la oferta propia.
- Sus objeciones a nuestra propuesta.
- Negociación y acuerdo final.

### 4. Seguimiento

- La explotación del éxito. Utilización de referencias.
- Acciones de fortalecimiento del posicionamiento propio .
- Influencia del seguimiento en la motivación intrínseca personal.

## Desarrollo del programa

### 1. Asesoría

#### ¿Por qué?

Porque cada participante no está en la misma situación, en cuanto a las competencias necesarias para realizar con éxito el trabajo que se le pide que haga.

#### Contenido

Mantenimiento de la tensión hacia el desarrollo. Los problemas se les plantearán después de las sesiones formativas en aula, y necesitarán tener la oportunidad de comentarlos con alguien.

### 2. Entrenamiento

#### ¿Por qué?

Porque hay conceptos que explicar, y habilidades que entrenar, que es más rentable y eficaz trabajarlos en grupo.

#### Contenido

Sesiones de formación en aula con los participantes. La base será la explicación del Proceso de Venta y el trabajo sobre él.

### 3. En grupo

#### ¿Por qué?

Porque es fundamental crear un modelo de trabajo común, que facilite la atención de los asociados de la misma forma y en cualquier parte de España.

#### Contenido

Se comparten problemas, soluciones, éxitos, dificultades por parte de todos los participantes en el programa. Ello es lo que garantiza la adopción del estilo CEOE.

## ESPECIALISTA QUE IMPARTE EL CURSO

LUIS MIGUEL SAIZ

Executive MBA por el Instituto de Empresa IE -Madrid y **profesor de ESIC programa: Executive MBA**. 29 años de experiencia en ventas, **20 años de experiencia a nivel ejecutivo, dirección comercial, Marketing General** en compañías líderes multinacionales de sus sectores Dun&Bradstreet, DHL, EQUIFAX, Human Group. **20 años de experiencia en training, coaching, consultoría e implantación de procesos de ventas** en compañías líderes nacionales y multinacionales. Socio fundador de LMS Leadership, partner para España de Miller Heiman.



### Competencias profesionales:

**Estrategia y Planes de Negocio, Estructura y Organización Comercial, Implantación de Procesos Comerciales, Training y Desarrollo Comercial, Assessments, Adecuación de Personas a Puestos de Trabajo.**

Certificaciones de Miller Heiman en **Strategic Selling, Conceptual Selling, LAMP, Funnel Management, Managers Coaching for SS and CS y Negotiation Success.**