

4ª ACCIÓN FORMATIVA

TÍTULO ACCIÓN FORMATIVA: Comunicación comercial IV

Línea de Actuación:	Formación orientada a procesos asociados al departamento de Admisiones
Objetivo:	Aprender técnicas para la comunicación comercial: desarrollar y mejorar las capacidades de gestión del departamento comercial para que haya un acompañamiento al futuro alumno a lo largo de todo el proceso de preinscripción. Formación híbrida para visitas presenciales y virtuales.
Profesor:	Doroteo González Pastor
Responsable:	Sonia Garrote Fernández Unidad de Innovación Docente y Tutorial sgarrote@uemc.es
Metodología	Eminentemente práctica atendiendo al perfil de las personas que participan en la acción formativa; el colectivo será utilizado como recurso de aprendizaje sobre la base de la cotidianidad de sus experiencias. Se van a trabajar propuestas que faciliten herramientas de autoanálisis, propicien la reflexión y generen iniciativas personales de intervención inmediata en el entorno de trabajo más próximo.
Duración:	20 h
Fecha:	22, 23, 24 y 25 de febrero de 2021
Horario:	9:00-14:00
Aula:	1131

DESTINATARIOS

Personal de Administración y Servicios

INSCRIPCIÓN

La inscripción se realiza por vía electrónica en el siguiente enlace:

<https://unidt-form.uemc.es/comcomerciaiv-20-21/>

Plazo tope para la inscripción: **15 de febrero de 2021 hasta las 14:00**

Número máximo de plazas: 25

Si durante la inscripción se plantean dudas o problemas contacta con Sonia Garrote en sgarrote@uemc.es.

CONTENIDOS

- Atención a las visitas: primera toma de contacto, cómo comunicarse con alguien que llega a la Universidad por primera vez (si tiene cita concertada o si no la tiene), cómo hacerle sentir a gusto desde el primer momento. **Formación híbrida entre visitas presenciales y virtuales**
- Atención telefónica, cómo hacer que las personas que llaman se sientan cómodas, forma de transmitir la información, cómo hacer que el alumno venga a conocernos, cómo conectar por teléfono
- Gestión de las quejas y reclamaciones: cómo tratar con el alumno enfadado, vía presencial y telefónica.
- Cómo transmitir malas noticias.
- Reforzar el sondeo o averiguación, ya que es la parte más difícil del trabajo comercial. Escucha activa, lenguaje verbal y no verbal, cómo realizar preguntas, empatizar y conectar con el futuro alumno y sus padres etc. ¿cómo conocer la historia que hay detrás de la persona que viene a informarse?
- Adaptar los argumentos de venta a la información que se obtiene de la fase de sondeo o averiguación, evitar el discurso cerrado, cada discurso con cada futuro alumno debe ser diferente.
- Trabajar los puntos fuertes de la Universidad en el discurso comercial.
- Cómo transmitir los precios y descuentos comerciales de forma que incentiven la venta.
- ¿Qué podemos y qué no podemos decir delante del cliente?
- Comunicación interdepartamental: empatizar con otros departamentos, comunicación productiva y positiva

- Desarrollar habilidades de con el fin de profundizar y mejorar la planificación en la formación Comercial a lo largo de todo el año.
- Facilitar la estructura de pensamiento y el conjunto de elementos críticos para las estrategias comerciales del departamento comercial en función de cada etapa del cliente.
- Formación híbrida para visitas presenciales y virtuales, adaptándonos a la casuística y variedad de perfiles para mejorar nuevas habilidades de comunicación y persuasión.
- Gestionar y regular las emociones del propio departamento (frustración, enfado etc) y también las emociones de los clientes en función de cada etapa del ciclo de venta.
- Aumentar la empatía y asertividad del equipo comercial
- Aumento de la tolerancia al fracaso y resiliencia
- Mejorar la capacidad de escucha y calibrar el lenguaje no verbal