

mikah

TRAINING COACHING SEMINARS

Mikah de Waart

Experto en Coaching Profesional y Personal

Formación en estrategias y técnicas de ventas

Biografía de Mikah de Waart

Consultor y Ponente de reconocido prestigio internacional, Coach personal y profesional.

A los 30 años era uno de los directores generales más jóvenes de Holanda liderando una empresa con más de 100 empleados. Durante los últimos 10 años ha trabajado como directivo y consultor en empresas de diferentes países, a las que ha ayudado en los siguientes campos: motivación, liderazgo, rentabilidad, ventas, reorganización, cambio de cultura.

Desde las **teorías más avanzadas del management a la vieja sabiduría oriental**, ha investigado las mejores técnicas y herramientas de **Liderazgo y Motivación personal**, con un único objetivo: ayudar a personas equipos y empresas a conseguir sus retos

En este tiempo ha elaborado su propio **Método práctico y eficaz** que analiza:

- Las **Claves** esenciales para el éxito personal y profesional
- Las **Fórmulas** necesarias para potenciar la motivación del equipo
- Las mejores **Estrategias** para el óptimo rendimiento de la empresa

Ha formado personalmente a más de **6.000 personas** en temas de Motivación, Liderazgo y Crecimiento en España, Holanda, Bélgica, Republica Checa, Tailandia, Indonesia y Mexico.



Mikah en los Medios

- Apasionado, extrovertido, relajado, afable, sensible, sincero y con sentido del humor.
- Experto internacional en la Ley de Atracción
- Muchas personas han recuperado la ilusión, la pasión, la fuerza interior, el liderazgo y la motivación tras participar en uno de sus Seminarios y han logrado alcanzar sus retos personales y Profesionales.
- Estudioso infatigable de las últimas técnicas en Motivación, Liderazgo y Crecimiento personal y Profesional
- Prestigioso Coach internacional, especializado en Seminarios a Directivos, ha formado a más de 6.000 personas en España, República Checa, Bélgica, Holanda, Tailandia y Mexico, entre otros.



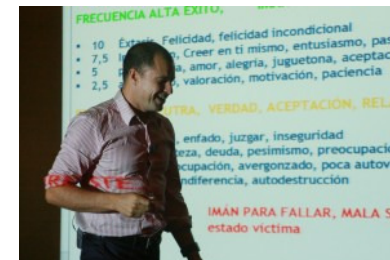


Cursos comerciales



Cursos comerciales

Nuestras formaciones, basadas en conceptos que se han demostrado que funcionan, se caracterizan por su carácter teórico-practico: 35% de teoría, 65 % de práctica mediante, rol play, ejercicios de grupo, casos prácticos.... logrando así, un ambiente dinámico y participativo de los asistentes con casos con los que se encuentran en su día-día.





Llamadas de telemarketing que realmente funcionan

OBJETIVOS

- Conocer los aspectos estratégicos, funciones y aplicaciones dentro de la empresa del telemarketing.
- Aprender a negociar para poder ganar. Convertir la mayor parte de las llamadas de telemarketing en entrevistas
- Entrenar las distintas fases y actuaciones que se realizan durante todo el proceso para asegurarnos el éxito en cada llamada.

CONTENIDOS

¿Por que telemarketing?

Preparación y organización

¿Cómo crear una buena base de datos?

¿Cual es el mejor horario?

¿Cuántos días por semana?

¿Cómo medir la eficacia de las llamadas?

¿Cómo hacer las llamadas? Estructura de una llamada

Preparar y practicar guiones

Comunicación: Uso de la voz

Cómo tratar objeciones: estructura

Opciones:

Practicar con llamadas reales a prospects, se demuestra que se generan muchas visitas durante la propia formación

Grabar llamadas reales para poder hacer un seguimiento individual

Duración:

4 – 8 horas





Visita de venta

OBJETIVOS

Conocer los secretos mejor guardados y como quebrar la barrera de resistencia a las ventas.

Saber como cerrar exitosamente una venta aplicando los procesos y estrategias necesarios para ello.

Aprender a manejar las objeciones del cliente y convertir la mayor parte de las mismas en caminos hacia el cierre de las ventas.

CONTENIDOS

Estructura de la visita

Comunicación: comunicaciones básicas (P.E.O.R), tipos de preguntas....

Las 5 fases de la visita de venta

- Como hacer una buena apertura que nos sirva para guiar la entrevista

- Preguntas esenciales durante la visita para conocer el/ los motivo de compra del cliente

- Cómo presentar la empresa y los puntos fuertes de la empresa

- Cómo tratar objeciones

- El cierre

Próximas acciones después de la visita

DURACIÓN

16 horas





Visita de venta para avanzados (SPIN Selling)

OBJETIVOS

Este curso aporta una visión global y completa de la actividad de venta, profundizando en las competencias necesarias para asegurarnos su éxito.

Analizar minuciosamente la estrategia de ventas y sus protagonistas: el cliente y el vendedor, despejando incógnitas ante diferentes situaciones y problemas.

Entrenar las claves de actuación en la negociación y la entrevista de ventas utilizando el SPIN Selling como herramienta.

CONTENIDOS

Porque el SPIN Selling
Nuestros problemas frecuentes en la venta; Cómo solucionarlos
Venta de proyectos, productos y/o servicios complicados
Venta a varios interlocutores y departamentos
Preguntas SPIN
Argumentación
Objeción
Cierre

Duración

16 horas





Cómo subir el precio a mi cliente. Técnicas de negociación

OBJETIVOS

Conocer los puntos clave en el proceso de negociación.

Establecer una metodología de negociación eficaz.

Analizarse como negociador, potenciando las propias fortalezas y estableciendo una mejora efectiva de las debilidades.

Superar las situaciones de crisis que se planteen.

Saber encontrar la estrategia adecuada para cada negociación.

En definitiva: Dar las herramientas necesarias para conseguir una mejor y más eficaz gestión negociadora.

CONTENIDOS

La negociación

Mentalización sobre cómo prepararte de la mejor forma

Factores y componentes que influyen en el precio

Preparar la negociación; evitar tomar decisiones incorrectas

Las objeciones

los 10 errores más frecuentes en una negociación

Estilos de negociación según Harvard : Luchar, cooperar, explorar, evitar

Tú estilo dominante

Características de cada estilo

Cómo puedo formular mi posición de forma persuasiva

Si voy a dar concesiones ¿cómo lo hago y cuando sin ser derrotado?

Presión, ¿cómo sobrevivir a la presión y cómo presionar?

Cerrar y llegar al consenso





Liderar equipos comerciales. Management.

OBJETIVOS

Dotar a los participantes de las actitudes y habilidades necesarias para motivar y liderar equipos comerciales y conseguir la máxima implicación de las personas en los objetivos del departamento y de la propia organización.

CONTENIDOS

Cómo motivar mi equipo
Cómo establecer objetivos comerciales (SMART)
Cómo comunicar decisiones de manera motivante
Confrontación de 1 minuto
Entrevista de confrontación

Duración

8 horas





Liderar equipos comerciales. Reuniones eficaces

OBJETIVOS

Entrenar las reglas fundamentales del comportamiento de los grupos para conseguir llevar adelante reuniones eficaces.

Entrenar las competencias necesarias para aumentar la rentabilidad de las reuniones practicando las estrategias y tácticas apropiadas.

Conducir satisfactoriamente las reuniones de nuestros equipos comerciales optimizando el tiempo y el esfuerzo de cada participante.

CONTENIDOS

Reuniones eficaces

Fases de desarrollo de una reunión

Información

Preparación

Realización

Resumen y registro.

La agenda

Tratar situaciones difíciles durante la reunión

Él que llega tarde

El charlatán

El callado

El dominante

El crítico

Tengo que salir antes

No sabes la respuesta

Tácticas a seguir para hacer rentables las reuniones

Duración

8 horas





Management avanzado. Liderazgo situacional

OBJETIVOS

Entrenar la capacidad de dirigir al personal con eficacia y saber cómo utilizar las estrategias de liderazgo situacional que nos lleven a incrementar la productividad de los colaboradores.
Desarrollar las habilidades específicas que nos permitan compaginar nuestro estilo de liderazgo con las necesidades del personal y las demandas de cualquier situación determinada.

CONTENIDOS

Estilos de liderazgo, ¿cual es tú estilo personal?
Liderazgo y análisis de la conducta
Nivel de madurez profesional de los colaboradores
Cual es el mejor estilo para cada uno de tus colaboradores
Las reglas del “feedback” (retroalimentación de información)
Cómo tratar la resistencia.

Duración

16 horas





Management de la venta “in situ”. Asesoramiento del manager antes, durante y después de la visita de venta con su comercial.

OBJETIVOS

Entrenar las competencias necesarias para llevar a cabo acciones de coaching con los colaboradores de forma eficaz.

Dotar a los participantes de las herramientas útiles para el asesoramiento individual en la visita de venta.

Conocer el proceso de coaching comercial en profundidad y aplicarlo correctamente con cada colaborador.

Formar en la actividad comercial a los colaboradores y facilitar, a través de su ejemplo, el constante perfeccionamiento de todas las visitas de venta que lleven a cabo.

CONTENIDOS

Preparación y objetivos del fieldcoaching

Preparación de la visita

Las 5 fases de la venta

Puntos de atención en cada fase

Evaluación de la primera visita

Evaluación entre visitas

Errores frecuentes en la evaluación

Reglas de oro de la evaluación

Estructura de la evaluación

Cómo hacer un plan de formación / mejora individual: concreto, objetivo y ambicioso.

Duración

8 horas





Leonardo da Vinci: la creatividad y solución de problemas

OBJETIVOS

Fomentar la creatividad en la empresa

Solución de problemas

Solo utilizamos una fracción de nuestra capacidad intelectual. Aprendemos a como utilizar mejor esta capacidad aplicando los 7 principios de Leonardo da Vinci.

CONTENIDOS

Leonardo da Vinci su vida y sus obras

los 7 elementos fundamentales en su forma de pensar. Desde la “curiosità” hasta el “sfumato”.

cómo aplicar cada uno de estos principios en nuestra forma de pensar y en nuestra vida

Leonardo y la empresa

Encontrar nuevos caminos para conseguir los objetivos

Limitaciones del brainstorming convencional

Mapas mentales

Qué son los mapas mentales, ¿por qué utilizar mapas mentales?

Cómo pensamos, cómo aprendemos, cómo funciona nuestro cerebro

Los mapas mentales en el entorno empresarial

Los retos de la empresa; utilizar los mapas mentales en la definición de una estrategia comercial.

Convertir la estrategia comercial en un plan de acción concreto

Duración

4 – 10 horas





Leonardo da Vinci: la creatividad y solución de problemas

OBJETIVOS

Fomentar la creatividad en la empresa

Solución de problemas

Solo utilizamos una fracción de nuestra capacidad intelectual. Aprendemos a como utilizar mejor esta capacidad aplicando los 7 principios de Leonardo da Vinci.

CONTENIDOS

Leonardo da Vinci su vida y sus obras

los 7 elementos fundamentales en su forma de pensar. Desde la “curiosità” hasta el “sfumato”.

cómo aplicar cada uno de estos principios en nuestra forma de pensar y en nuestra vida

Leonardo y la empresa

Encontrar nuevos caminos para conseguir los objetivos

Limitaciones del brainstorming convencional

Mapas mentales

Qué son los mapas mentales, ¿por qué utilizar mapas mentales?

Cómo pensamos, cómo aprendemos, cómo funciona nuestro cerebro

Los mapas mentales en el entorno empresarial

Los retos de la empresa; utilizar los mapas mentales en la definición de una estrategia comercial.

Convertir la estrategia comercial en un plan de acción concreto

Duración

4 – 10 horas





mikah

TRAINING COACHING SEMINARS

Mikah de Waart T + 34 687 774 252 E mikah@mikah.es W www.mikah.es

