



Formación en

Gestión de Leads

Más valor.
Más confianza.

¡Bienvenidos!

En esta capacitación, aprenderás las mejores prácticas para administrar y **convertir leads en clientes potenciales** para tu concesionario.

**Aumenta las
oportunidades de
venta**



Más valor.
Más confianza.

Contenidos

Gestión de Leads

1 JORNADA

01 Contexto: Marketing Digital.

Marketing en VO
Multicanalidad / Omnicanalidad

02 ¿Qué es un lead?

Definición
Tipos de Leads

03 El Viaje del cliente

La experiencia del usuario que se compra un vehículo en España
Buyer Journey: Genérico + Millenials: El comprador actual

04 Gestión de Leads

La figura del gestor de Leads
Conversión Lead a Cliente en 5 fases
La gestión de leads integrada como un área de negocio del concesionario
Características del vendedor
Lead nurturing, Lead Generation, Lead Pursuit y otros conceptos
Tratamiento de los Leads digitales

05 Comunicación

Preparación
Predisposición
Durante la llamada
Elementos clave de la Comunicación presencial y telefónica

06 Seguimiento de un lead

Contacto con el lead.
Manteniendo al lead
Llamadas, recordatorios, concertación de visita al concesionario, redacción y envío de emails

07 Neuroventas

Saber preguntar y escuchar atentamente al cliente
Cómo generar confianza
¿Cómo construir argumentos y saber que el cliente te los está comprando?
Tres cerebros, tres formas de decidir, tres formas de vender
Cómo gestionar al interlocutor
La imprimación como base de la neuroventa efectiva

2 JORNADA

Todo lo
que vas a
aprender

Aplicación del conocimiento científico sobre las reacciones del cerebro del consumidor en un proceso de venta digital, con el objetivo de atraer su atención, incrementar su satisfacción, su fidelización y, por supuesto, impulsar las ventas.