



TÉCNICAS DE VENTA

DURACIÓN: 20 horas

CRÉDITOS ECTS: 0

OBJETIVOS

- Conocer cómo debe estar organizado el departamento comercial en una empresa.
- Definir la figura del vendedor como un comercial que además de conseguir las ventas, fortalece los lazos de la empresa con el cliente.
- Ver varias técnicas y reglas útiles durante el proceso de negociación.

PROGRAMA CONTENIDOS

1.INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Estructura básica de la empresa.
- 1.3. Entorno.
- 1.4. Planificación.
- 1.5. Amenazas del entorno.
- 1.6. Oportunidades del entorno.

2.INTRODUCCIÓN A LA VENTA

- 2.1. Introducción.
- 2.2. Teoría de la venta.
- 2.3. El vendedor.
- 2.4. Orientación al servicio.

3.INTRODUCCIÓN AL MARKETING

- 3.1. Introducción.
- 3.2. Investigación comercial.
- 3.3. Oferta específica.
- 3.4. Distribución.
- 3.5. Precio.
- 3.6. Logística.
- 3.7. Comunicación.

4.EL VENDEDOR

- 4.1. Introducción.
- 4.2. Actividades de un vendedor.
- 4.3. Características del buen vendedor.
- 4.4. Perfil del vendedor.
- 4.5. Funciones del vendedor.
- 4.6. La percepción del vendedor.
- 4.7. Fallos del vendedor.

5.EL DEPARTAMENTO COMERCIAL

- 5.1. Introducción.
- 5.2. Organización, estructura y dirección.
- 5.3. Origen del departamento comercial.
- 5.4. Introducción a la función comercial.
- 5.5. Actualidad del departamento comercial.
- 5.6. Jerarquía dentro del departamento comercial.
- 5.7. Descripción y funciones de cada puesto.
- 5.8. Contacto del departamento.
- 5.9. Funciones del departamento.

6.VENTAS

- 6.1. Introducción.
- 6.2. Tipos de ventas.
- 6.3. Otros tipos de ventas.
- 6.4. La plataforma comercial.
- 6.5. Entrevistas de venta. Plan de acción.

7.TÉCNICAS DE VENTA

- 7.1. Introducción.
- 7.2. Cálculo de la rentabilidad del vendedor.
- 7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad.

7.4. Cálculo de las tendencias de las ventas.

7.5. Gráficos radiales.

7.6. Previsión de ventas.

8.EL CLIENTE

8.1. Introducción.

8.2. La búsqueda de clientes.

8.3. Tipos de cliente.

8.4. Clasificación de la clientela.

9.ATENCIÓN AL CLIENTE

9.1. Introducción.

9.2. El servicio al cliente.

9.3. Asistencia al cliente.

9.4. Información y aprendizaje en relación al producto.

10.EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

10.1. Introducción.

10.2. El proceso de decisión de compra.

10.3. Influencias del proceso de compra.

10.4. La segmentación del mercado.

10.5. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.

10.6. Tipología humana.

11.LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 11.1. Introducción.
- 11.2. Elementos de la comunicación comercial.
- 11.3. Formas de comunicación.
- 11.4. La comunicación verbal.
- 11.5. La comunicación no verbal.
- 11.6. Reglas para una comunicación efectiva.
- 11.7. La escucha activa.

12.TÉCNICAS Y PROCESOS DE NEGOCIACIÓN

- 12.1. Introducción.
- 12.2. La negociación comercial y empresarial.
- 12.3. El poder en las negociaciones.
- 12.4. Las necesidades, los deseos y las posiciones en la negociación.
- 12.5. Las conductas de los buenos negociadores.
- 12.6. Proceso de negociación.
- 12.7. Tácticas de negociación.

13.LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

- 13.1. Introducción.
- 13.2. Gestos habituales.
- 13.3. Territorios y zonas.

13.4. Los gestos y sus significados.

13.5. Ángulos y triángulos.

14.DESPUÉS DE LA VENTA

14.1. Introducción.

14.2. La satisfacción del consumidor.

14.3. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente.

14.4. Tratamiento, dudas, y objeciones.

14.5. Las reclamaciones.

14.6. Fidelización de la clientela.