

TÉCNICAS DE VENTA



DURACIÓN

250 horas (2 meses y medio)



METODOLOGÍA

Formación online a través de plataforma



PRECIO

Gratuito



REQUISITOS FINALIZACIÓN

- Visualización: + 75% contenidos en plataforma
- Evaluación final: Realizar prueba



TITULACIÓN OBTENIDA

Diploma acreditativo



OBJETIVOS

Muestra cómo debe estar organizada una empresa centrándose en el departamento comercial, donde se definirá la figura del vendedor como un comercial que además de conseguir las ventas, fortalece los lazos de la empresa con el cliente. Para ello, se mostrarán varias técnicas y reglas útiles durante el proceso de negociación.

Programa

INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA.

1. Introducción.
2. Estructura básica de la empresa.
3. Entorno.
4. Planificación.
5. Amenazas del entorno.
6. Oportunidades del entorno.

INTRODUCCIÓN A LA VENTA.

1. Introducción.
2. Teoría de la venta.
3. El vendedor.
4. Orientación al servicio.

INTRODUCCIÓN AL MARKETING.

1. Introducción.
2. Investigación comercial.
3. Oferta específica.
4. Distribución.
5. Precio.
6. Logística.
7. Comunicación.

EL VENDEDOR.

1. Introducción.
2. Actividades de un vendedor.
3. Características del buen vendedor.
4. Perfil del vendedor.
5. Funciones del vendedor.
6. La percepción del vendedor.
7. Fallos del vendedor.

EL DEPARTAMENTO COMERCIAL.

1. Introducción.
2. Organización, estructura y dirección.
3. Origen del departamento comercial.
4. Introducción a la función comercial.
5. Actualidad del departamento comercial.
6. Jerarquía dentro del departamento comercial.
7. Descripción y funciones de cada puesto.
8. Contacto del departamento.
9. Funciones del departamento.

VENTAS.

1. Introducción.
2. Tipos de ventas.
3. Otros tipos de ventas.
4. La plataforma comercial.
5. Entrevistas de venta. Plan de acción.

TÉCNICAS DE VENTA.

1. Introducción.
2. Cálculo de la rentabilidad del vendedor.
3. Cálculo del umbral de rentabilidad.
4. Cálculo de las tendencias de las ventas.
5. Gráficos radiales.
6. Previsión de ventas.

EL CLIENTE.

1. Introducción.
2. El servicio al cliente.
3. Asistencia al cliente.
4. Información y aprendizaje en relación al producto.

EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

1. Introducción.
2. El proceso de decisión de compra.
3. Influencias del proceso de compra.
4. La segmentación del mercado.
5. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor.
6. Tipología humana.

LA COMUNICACIÓN COMERCIAL.

1. Introducción.
2. Elementos de la comunicación comercial.
3. Formas de comunicación.
4. La comunicación verbal.
5. La comunicación no verbal.
6. Reglas para una comunicación efectiva.
7. La escucha activa.

TÉCNICAS Y PROGRESOS DE NEGOCIACIÓN.

1. Introducción.
2. La negociación comercial y empresarial.
3. El poder en las negociaciones.
4. Las necesidades, los deseos y las posiciones en la negociación.
5. Las conductas de los buenos negociadores.
6. Proceso de negociación.
7. Tácticas de negociación

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL.

1. Introducción.
2. Gestos habituales.
3. Territorios y zonas.
4. Los gestos y sus significados.
5. Ángulos y triángulos.

DESPUÉS DE LA VENTA.

1. Introducción.
2. La satisfacción del consumidor.
3. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente.
4. Tratamiento, dudas, y objeciones.
5. Las reclamaciones.
6. Fidelización de la clientela.

