

El proceso de venta

DESCRIPCIÓN

Los objetivos de este curso son:

- Conocer las particularidades y herramientas usadas en un servicio postventa y de atención al cliente.
- Identificar los elementos fundamentales del proceso de comunicación y su aplicación en la venta.
- Estudiar el proceso de venta desde la fase previa de planificación al momento de responder a objeciones y cerrar la venta, usando las técnicas mas adecuadas.
- Capacitar al alumno para poder desarrollar eficazmente la dirección comercial de ventas desde el diseño de la estrategia general, la organización y selección del equipo de ventas y la gestión del mismo.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Superar el examen final con nota superior al 60%

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning
Duración: 40 h



Titulación Otorgada
El proceso de venta



Título emitido por



PREVENSYSTEM

UD. 1. La comunicación comercial y el proceso de venta

- 1.1. El concepto de venta y la comunicación empresarial
 - 1.1.1. La venta empresarial como actividad de marketing
 - 1.1.2. La venta como proceso
 - 1.1.3. El equipo y el director de ventas
 - 1.1.4. La comunicación interpersonal
- 1.2. La identificación de las necesidades del cliente
 - 1.2.1. Influencias en el comportamiento del consumidor
 - 1.2.2. Las necesidades de los clientes
 - 1.2.3. Tipos de clientes
 - 1.2.4. Influencias sociales en el comportamiento del cliente
 - 1.2.5. Las percepciones en el consumidor
 - 1.2.6. Los motivos de compra
 - 1.2.7. El cliente ante los mercados masivos
 - 1.2.8. Motivaciones en las compras entre empresas
- 1.3. Las cualidades del vendedor
 - 1.3.1. La escucha activa en el vendedor
 - 1.3.2. El perfil del vendedor
 - 1.3.3. Capacidades ante la venta
- 1.4. Fases en el proceso de venta

UD. 2. El proceso de venta (I): fase previa y demostración

- 2.1. Fase previa
 - 2.1.1. La planificación de la venta
 - 2.1.2. Fijación de objetivos
 - 2.1.3. La prospección
- 2.2. La oferta del producto
 - 2.2.1. La presentación y apertura
 - 2.2.2. La argumentación y exposición
- 2.3. La demostración
 - 2.3.1. El por qué de una demostración
 - 2.3.2. La planificación estratégica
 - 2.3.3. Técnicas para una demostración
- 2.4. La negociación
 - 2.4.1. Objetivos de la negociación
 - 2.4.2. La planificación de la negociación
 - 2.4.3. El desarrollo de la negociación
 - 2.4.4. Estilos de negociación
 - 2.4.5. Técnicas de negociación

UD. 3. El proceso de venta (II): objeciones y cierre de la venta

- 3.1. La dificultad de las objeciones
 - 3.1.1. Tipos de objeciones más frecuentes
 - 3.1.2. Proceso de respuesta a una objeción
 - 3.1.3. Técnicas para resolver una objeción
 - 3.1.4. La objeción precio
- 3.2. El cierre de la venta
 - 3.2.1. Dificultades del acuerdo
- UD. 4. El servicio posventa**
 - 4.1. El servicio al cliente
 - 4.1.1. La necesidad del servicio al cliente
 - 4.1.2. Dar respuesta a las expectativas del cliente
 - 4.2. Gestión de quejas y reclamaciones
 - 4.2.1. Las quejas como estrategia de fidelización
 - 4.2.2. Pasos para tratar las quejas
 - 4.2.3. El tratamiento de las reclamaciones por escrito
 - 4.2.4. Incidencias de las quejas y reclamaciones en la empresa
 - 4.3. El seguimiento de la venta
 - 4.3.1. El seguimiento como corrección de problemas
 - 4.3.2. Tipos de seguimiento
 - 4.4. La fidelización por la oferta
 - 4.4.1. La diferenciación de la oferta
 - 4.4.2. Promover la diferencia

UD. 5. La dirección comercial de ventas

- 5.1. La administración de ventas
- 5.2. La dirección de ventas
- 5.3. Actividades y dimensiones de la dirección comercial
- 5.4. La planificación estratégica de ventas
- 5.5. Organización del equipo de ventas
 - 5.5.1. Características de la organización
 - 5.5.2. Tipos de organización de equipos de ventas
- 5.6. Selección del equipo de ventas
 - 5.6.1. La necesidad de un buen programa de selección
 - 5.6.2. Fases de la creación de un equipo de ventas
 - 5.6.3. Planificación de la captación y selección
 - 5.6.4. Fuentes de captación de vendedores
 - 5.6.5. Selección de solicitantes y planificación estratégica
- 5.7. La contratación e integración de los vendedores
- 5.8. La formación en ventas
 - 5.8.1. Valoraciones de la formación
 - 5.8.2. Diseño de la formación

UD. 6. Gestión comercial de ventas

- 6.1. El potencial de marketing
 - 6.1.1. Ciclo de vida y estrategia de producto
 - 6.1.2. Política de precios
 - 6.1.3. Estrategias de distribución
- 6.2. La previsión de ventas
- 6.3. Elaboración de presupuestos
- 6.4. Territorios de ventas
- 6.5. Cuotas de ventas
- 6.6. Valoración del rendimiento de ventas