

OBJETIVOS

- Analizar el equipo humano de ventas, y los perfiles de sus integrantes: director comercial y vendedores.
- Dar a conocer las pautas que deben seguirse para realizar correctamente el proceso de comunicación en la venta, actualizando los conocimientos de los empleados sobre este tipo de técnicas.
- Describir cómo se realizan citas correctamente, preparando el primer contacto, las posibles argumentaciones, las objeciones más frecuentes, etc.
- Describir las técnicas de comunicación en la venta, que permita a los participantes planificar una negociación adecuadamente.
- Formar a los trabajadores en materias que capaciten para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades de concepción y gestión en la introducción a las ventas.
- Ofrecer consejos y técnicas específicas para llevar a buen término cada una de las etapas de la venta, desde la preparación del contacto inicial hasta la consolidación de la venta.
- Proporcionar al alumno las técnicas comerciales y de comunicación que deben utilizar en los procesos de venta.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. EL CONCEPTO DE VENTA Y LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

- 1.1. La venta empresarial y el equipo de ventas
- 1.2. Las necesidades del cliente
- 1.3. Las cualidades del vendedor
- 1.4. Las fases del proceso de venta

2. EL PROCESO DE VENTA: FASE PREVIA Y DEMOSTRACIÓN

- 2.1. Fase previa
- 2.2. La oferta del producto
- 2.3. La demostración
- 2.4. La negociación

3. EL PROCESO DE VENTA: OBJECIONES Y CIERRE DE LA VENTA

- 3.1. La dificultad de las objeciones
- 3.2. Cierre de la venta
- 3.3. Dificultades y técnicas de cierre

4. EL SERVICIO POSTVENTA

- 4.1. El servicio al cliente
- 4.2. Gestión de quejas y reclamaciones
- 4.3. Seguimiento de la venta
- 4.4. La fidelización por la oferta

5. LA DIRECCIÓN COMERCIAL DE VENTAS

- 5.1. La administración de ventas
- 5.2. La planificación estratégica de ventas
- 5.3. Organización del equipo de ventas
- 5.4. Selección del equipo de ventas
- 5.5. La contratación e integración de los vendedores
- 5.6. La formación en ventas

6. LA GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS

- 6.1. El potencial de marketing
- 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