

Técnicas de venta

El curso 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.

Lección 1: Introducción a la empresa

Define qué es la empresa y cuáles son sus orígenes. Describe la estructura básica que debe tener una empresa, mostrando los departamentos y explicando las funciones que se ejercen en cada uno de ellos. Define qué es el entorno de la empresa y qué amenazas y oportunidades pueden repercutir en él.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: Estructura básica de la empresa

Capítulo 3: Entorno

Capítulo 4: Planificación

Capítulo 5: Amenazas del entorno

Capítulo 6: Oportunidades del entorno

Capítulo 7: Ejercicios

Lección 2: Introducción al Marketing

Introduce la definición de marketing como el objetivo que tiene la empresa en crear un lazo con la población, es decir, con los posibles clientes. Para ello se tendrá que responder a las cuatro preguntas: ¿qué?, ¿cuándo?, dónde? y ¿cómo? Muestra cómo obtener información y cómo utilizarla para crear el plan de marketing de la empresa.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: Investigación comercial

Capítulo 3: Oferta específica

Capítulo 4: Distribución

Capítulo 5: Precio

Capítulo 6: Logística

Capítulo 7: Comunicación

Capítulo 8: El plan de Marketing

Capítulo 9: Ejercicios

Lección 3: El departamento comercial

Describe la evolución que ha experimentado el departamento comercial de las empresas, profundizando en la actualidad, donde podemos encontrar diferentes tipos de organización según la tipología de la empresa. Describe cuáles son las funciones del departamento, así como, las tareas de sus trabajadores, como puedan ser el director comercial, jefe de ventas y el vendedor.

Capítulo 1: Organización, estructura y dirección

Capítulo 2: Origen departamento comercial

Capítulo 3: Introducción función comercial

Capítulo 4: Actualidad del dpto. comercial

Capítulo 5: Jerarquía del dpto. comercial

Capítulo 6: Descripción y funciones

Capítulo 7: Contactos del departamento

Capítulo 8: Funciones del departamento

Capítulo 9: Ejercicios

Lección 4: Actividades, funciones del vendedor

Muestra todo lo referente a la figura del vendedor, qué perfil ha de cumplir, cuáles son las características de un buen vendedor y explica que la función del vendedor no es únicamente la de vender. El vendedor tiene varias actividades y en este capítulo nos las define. Describe cuáles son los errores más comunes de los vendedores y cómo evitarlos.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: Perfil del vendedor

Capítulo 3: Funciones del vendedor

Capítulo 4: Actividades propias del vendedor

Capítulo 5: Orientación al servicio

Capítulo 6: La percepción del vendedor

Capítulo 7: Fallos del vendedor

Capítulo 8: Ejercicios

Lección 5: Ventas

Explica el concepto de venta, mostrando las formas de venta que se pueden encontrar, así como los diferentes tipos de ventas en que se pueden catalogar según a quién vaya dirigida. Muestra los diferentes cálculos de rentabilidad que existen para valorar las ventas y los vendedores por parte de la empresa y de los propios vendedores.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: Tipos de venta

Capítulo 3: Cálculo de ventas

Capítulo 4: Previsión de ventas

Capítulo 5: Ejercicios

Lección 6: El cliente

Explica que un vendedor no se dedica únicamente a vender, sino también a fortalecer las relaciones con los clientes. En este capítulo nos muestra cómo clasificar los clientes según diversos factores, de forma que después sea más sencilla su identificación.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: La búsqueda de clientes

Capítulo 3: Comportamiento del consumidor

Capítulo 4: Clasificación de la clientela

Capítulo 5: Ejercicios

Lección 7: La negociación

Explica el proceso de la comunicación y la importancia que tiene ser un buen comunicador a la hora de negociar. Muestra cómo realizar todo el proceso de negociación desde el primer contacto hasta su conclusión, indicando cómo aprovechar las objeciones que presente el cliente. Realiza una clasificación según caracteres de los clientes, con la finalidad de saber cómo actuar delante de cada tipo de cliente.

Capítulo 1: Comunicación

Capítulo 2: Comunicación comercial

Capítulo 3: Negociación empresarial y comercial

Capítulo 4: Proceso de negociación

Capítulo 5: Tácticas de negociación

Capítulo 6: Tipologías de clientes

Capítulo 7: Ejercicios

Lección 8: La comunicación no verbal

Estudia la importancia de la comunicación no verbal, mostrando el significado de los gestos que realizamos las personas. De esta manera, el vendedor puede obtener información adicional y conocer si el cliente está interesado. Además, muestra cuáles son las distancias que se deben guardar según sea nuestro interlocutor.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: Territorios y zonas

Capítulo 3: Los gestos y su significado

Capítulo 4: Ángulos y triángulos

Capítulo 5: Ejercicios

Lección 9: Después de la venta

Informa que no está toda la actividad del vendedor después de concretar la venta, sino que, una vez realizada la venta, hay que hacer que la relación con el cliente sea duradera, es decir, hay que buscar la satisfacción del cliente para que pueda convertirse en un cliente colaborador. Nos explica cómo actuar adecuadamente ante las reclamaciones.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: La satisfacción del consumidor

Capítulo 3: Las reclamaciones

Capítulo 4: Fidelización de la clientela

Capítulo 5: Ejercicios