

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Diseñar una estrategia comercial basada en los diferentes tipos de ventas cruzadas para optimizar los beneficios de la empresa. 2. Comprender la importancia de las nuevas tecnologías en la aplicación de las ventas cruzadas. 3. Conocer las principales herramientas de marketing para lograr conseguir ventas cruzadas. 4. Identificar y valorar las bondades de cada tipo de venta y proceso comercial en función de los objetivos comerciales que se quieran lograr. 5. Identificar qué tipo de vendedor somos para adecuar las técnicas de venta apropiadas según el momento en el que estemos de la venta cruzada.

CONTENIDOS

Unidad 1. Ventas cruzadas: Cross Selling y Up Selling. 1. La estrategia comercial de la empresa: cuota de mercado y cuota de cliente. 2. Ventas cruzadas: cross selling & up selling. 2.1 Cross selling. 2.2 Up selling. 3. Las ventas cruzadas como estrategia de fidelización. Unidad 2. Tecnología aplicada a las ventas cruzadas. 1. Tecnología aplicada a las ventas cruzadas. 2. CRM y ERP. 3. Big Data. 4. Interactividad. 5. APP. Unidad 3. El marketing en las ventas cruzadas. 1. El marketing en las ventas cruzadas. 2. Los universos temáticos. 3. Los cluster. 4. Los packs. 5. Las promociones. 6. Las tarjetas de fidelización. Unidad 4. Las ventas cruzadas según el proceso comercial. 1. Las ventas cruzadas según el proceso comercial. 2. Factores a considerar en el proceso de la venta cruzada. Unidad 5. Técnicas de venta aplicadas a la venta cruzada. 1. La importancia del vendedor en las ventas cruzadas: técnicas de venta aplicadas a la venta cruzada. 2. Tipología y perfil del vendedor. 2.1 Funciones del vendedor. 2.2 Clasificación del vendedor. 3. La preventa, la venta y la postventa. 4. Aplicación de técnicas de venta a la venta cruzada. 4.1 Saber preguntar. 4.2 Saber escuchar. 4.3. Utilizar el lenguaje verbal. 4.4. Utilizar el lenguaje no verbal. 4.5 Tener persuasión.

