

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Dominar las técnicas de comunicación necesarias para mantener una relación eficaz en el proceso de venta, manejando las técnicas comerciales que deben utilizar en el mismo.
- Identificar las mejores cualidades de un vendedor, así como las necesidades de los clientes.
- Ensalzar el concepto de venta como elemento clave de la actividad empresarial, que sirve de importante instrumento de comunicación entre empresas, proveedores, clientes y consumidores.
- Comprender cómo fluye el proceso de toma de decisiones en la compra, a fin de saber ejercer influencias en el comportamiento del consumidor.
- Descubrir las peculiaridades de los mercados masivos y los productos comercializados en ellos a fin de tener la oportunidad de acceder a los beneficios que ofrece la venta de productos en este tipo de mercado valorando también sus inconvenientes.
- Entender las competencias personales y profesionales que debe reunir una persona para ser un buen comercial de las ventas, así como su perfeccionamiento.
- Abordar los entresijos que implica el saber usar con eficacia técnicas de negociación como instrumento del vendedor para alcanzar el éxito en el proceso de la venta.

CONTENIDOS

El concepto de la venta y la comunicación empresarial

Introducción.

La venta empresarial como actividad de marketing.

La venta como proceso.

El equipo y el director de ventas.

La comunicación interpersonal.

La comunicación externa empresarial.

Resumen.

Identificar las necesidades del cliente (I)

Introducción.

Influencias en el comportamiento del consumidor.

Las necesidades de los clientes.

Tipos de clientes.

Influencias sociales en el comportamiento del cliente.

Las percepciones del consumidor.

Los motivos de compra.

Resumen.

Identificar las necesidades del cliente (II)

Introducción.

El cliente ante los mercados masivos.

Motivaciones en las compras entre empresas.

La identificación de las necesidades de los productos.

la oferta del producto por el vendedor.

Resumen.

Las cualidades del vendedor

Introducción.

El vendedor como comunicador.

Estrategias para crear al vendedor.

La escucha activa en el vendedor:

El perfil del vendedor: cualidades humanas, psíquicas, intelectuales y psicológicas.

Capacidades ante la venta.

Formación base y perfeccionamiento del vendedor:

Evaluación y control de sí mismo.

Técnicas de afirmación de personalidad:

Resumen.

La comunicación comercial y el proceso de venta

Introducción.

El concepto de venta y la comunicación empresarial.

La identificación de las necesidades del cliente.

Las cualidades del vendedor.

Fases en el proceso de venta:

Seguimiento de la venta.

Resumen.