

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distinto de Internet.
- Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos.
- Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

CONTENIDOS

Procesos de venta

Tipos de venta.

Fases del proceso de venta.

Preparación a la venta.

Aproximación al cliente.

Análisis del producto/servicio.

El argumentario de ventas.

Aplicación de técnicas de venta

Presentación y demostración del producto/servicio.

Demostraciones ante un gran número de clientes.

Argumentación comercial.

Técnicas para la refutación de objeciones.

Técnicas de persuasión a la compra.

Ventas cruzadas.

Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.

Técnicas de comunicación no presenciales.

Seguimiento y fidelización de clientes

La confianza y las relaciones comerciales.

Estrategias de fidelización.

Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing.

Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta

Conflictos y reclamaciones en la venta.

Gestión de quejas y reclamaciones.

Resolución de reclamaciones.

