

ONA10195 Gestión comercial (15 horas)

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:

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

ONA10195 Gestión comercial (15 horas)

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 venta