

VENTA PERSONAL

Ref.ONA10233

Horas:20

OBJETIVOS

Entender la venta como una actividad de comunicación dentro del marketing.

Describir las principales competencias, conocimientos, aptitudes y actitudes que debe poseer un agente o vendedor comercial, para tener éxito profesional.

Una de las claves principales para ser un buen vendedor es ser primero un buen comunicador, ya que la venta se basa en un acto de comunicación entre vendedor y cliente.

Conocer las principales teorías clásicas que explican el proceso venta.

Aprender las técnicas de uso del teléfono como herramienta fundamental para concertar citas y entrevistas de venta.

Ver la técnica de argumentación, como principal instrumento con el que cuenta el vendedor para persuadir al cliente a que se decida por la compra de un determinado producto o servicio.

Utilizar la técnica de demostración de un producto o servicio e identificar en qué momento se debe aplicar dentro del proceso de la venta personal.

Conocer las habilidades comunicativas, tanto verbales como no verbales, que debe desarrollar el vendedor para actuar eficazmente durante la venta, y que son imprescindibles para transmitir la oferta de manera eficaz, demostrar la superioridad de la misma con respecto a la competencia, generar confianza en el cliente, identificar sus intenciones de compra e influir en su decisión final.

Controlar el lenguaje no verbal durante la demostración del producto ante el cliente: ¿qué postura adoptar? ¿hacia dónde dirigir la mirada? ¿cómo controlar los gestos involuntarios?

Ser consciente de la existencia de una serie de principios éticos y deontológicos que han de prevalecer sobre los fines puramente comerciales.

Aprender a identificar los signos de compra que emite el cliente para introducir el cierre de la venta en el momento más adecuado y actuar de la manera más acorde con su actitud y su predisposición a comprar.

Comprender la importancia clave del cierre de la venta dentro del proceso de la venta personal y aplicar diferentes técnicas para llevarla a cabo con éxito.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1.1. La venta y el marketing.

VENTA PERSONAL

1.2. Comunicación externa empresarial.

1.3. Acciones de comunicación.

2. EL VENDEDOR

2.1. El vendedor como comunicador.

2.2. Perfil del vendedor.

2.3. Ética y honestidad profesional

3. VENTA PERSONAL

3.1. Tipos de venta.

3.2. La venta como proceso.

3.3. Comunicación interpersonal.

3.4. Equipo de ventas.

3.5. Teorías de la venta.

3.6. Fases de la venta personal.

4. CONCERTACIÓN DE VISITAS COMERCIALES

4.1. Organización y planificación de la venta.

4.2. Prospección.

4.3. Fuentes de información.

4.4. El teléfono.

4.5. Concertar citas de ventas por teléfono.

5. ARGUMENTACIÓN Y DEMOSTRACIÓN DEL PRODUCTO

5.1. Argumentación.

5.2. Demostración del producto.

6. CIERRE DE LA VENTA

6.1. Consideraciones previas.

6.2. Signos de compra.

6.3. Técnicas de cierre.

6.4. Despedida.