

CURSO TÉCNICAS DE VENTAS Y DE MARKETING

➤ DURACIÓN Y OBJETIVOS DEL CURSO

Duración: 60 horas

Objetivos: No se vende más el mejor producto o servicio, sino el que mejor se sabe vender". Esta máxima, en el mundo de la venta, es simplemente una realidad. Por un pequeño error se puede escapar una venta, de ahí la importancia de conocer las técnicas que dentro del marketing se dirigen a conseguir cerrar una venta. Este curso eminentemente práctico, nos descubre todos los aspectos que un profesional de la venta debe dominar desde la planificación, la comunicación, el contacto, la presentación...hasta cómo superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta. Técnicas de marketing consiste en describir las diferentes disciplinas de que consta el corpus completo del marketing, de manera que el alumno distinga entre las diferentes herramientas marketinianas para poder así combinarlas hasta conseguir resultados. Como quiera que el marketing actual resulta muy extenso, este curso podrá, además, ayudar al alumno a elegir una especialidad dentro del ámbito general. Así podrá ubicarse en el marketing propio del sector en el que pretende su aplicación práctica, mediante posteriores cursos de marketing especializados.

➤ CONTENIDO DEL CURSO

Técnicas de ventas

1 Organización del entorno comercial

- 1.1 Estructura del entorno comercial
- 1.2 Macroentorno
- 1.3 Microentorno
- 1.4 Comercio al por menor
- 1.5 Comercio al por mayor
- 1.6 Agentes
- 1.7 Fórmulas y formatos comerciales
- 1.8 Evolución y tendencias de la comercialización
- 1.9 Estructura y proceso comercial de la empresa
- 1.10 Posicionamiento e imagen de marca del producto
- 1.11 Normativa general sobre comercio
- 1.12 Derechos del consumidor

2 Gestión de la venta profesional

- 2.1 El vendedor profesional
- 2.2 Clases de vendedor
- 2.3 Los conocimientos del vendedor
- 2.4 Motivación y destreza
- 2.5 Organización del trabajo del vendedor profesional
- 2.6 Manejo de herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas
- 2.7 Planificación

3 Documentación propia de la venta de productos y servicios

- 3.1 Documentos comerciales
- 3.2 Documentos de pago
- 3.3 Documentos propios de la compra-venta
- 3.4 Normativa y usos habituales
- 3.5 Elaboración de la documentación
- 3.6 Aplicaciones informáticas

4 Cálculo y aplicaciones propias de la venta

- 4.1 Operativa básica de cálculo aplicado a la empresa
- 4.2 Cálculo de PVP
- 4.3 Precio mínimo de venta
- 4.4 Precio competitivo
- 4.5 Estimación de costes de la actividad comercial
- 4.6 El IVA
- 4.7 Impuestos especiales
- 4.8 Cálculos de descuentos y recargos comerciales
- 4.9 Descuentos
- 4.10 Recargos comerciales
- 4.11 Cálculo de rentabilidad y margen comercial
- 4.12 Cálculo de comisiones comerciales
- 4.13 Cálculo de cuotas y pagos aplazados
- 4.14 Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos
- 4.15 Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta
- 4.16 Cuestionario: Cuestionario repaso tema 1 al 4

5 Procesos de ventas

- 5.1 Tipos de ventas
- 5.2 Fases del proceso de venta
- 5.3 La entrevista
- 5.4 Preparación a la venta
- 5.5 Sondeo

5.6 Aproximación al cliente

5.7 Análisis del producto-servicio

6 Aplicación de técnicas de ventas

6.1 Presentación y demostración del producto-servicio

6.2 Demostraciones ante un gran número de clientes

6.3 Argumentación comercial

6.4 Técnica para la refutación de objetivos

6.5 Técnicas de persuasión a la compra

6.6 Ventas cruzadas

6.7 Técnicas de comunicación aplicadas a la venta

6.8 Técnicas de comunicación no presenciales

7 Seguimiento y fidelización de clientes

7.1 La confianza y las relaciones comerciales

7.2 Estrategias de fidelización

7.3 Externalización de las relaciones con cliente Telemarketing

7.4 Aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes

8 Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta

8.1 Conflictos y reclamaciones en la venta

8.2 Gestión de quejas y reclamaciones

8.3 Resolución de reclamaciones

8.4 Cuestionario: Cuestionario repaso del tema 5 al 8

9 Internet como canal de venta

9.1 Las relaciones comerciales a través de internet

9.2 Utilidades de los sistemas online

9.3 Modelos de comercio a través de internet

9.4 Servidores online

10 Diseño comercial de página Web

10.1 El internauta como cliente potencial y real

10.2 Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas Web

10.3 Tiendas virtuales

10.4 Medios de pago en internet

10.5 Conflictos y reclamaciones de clientes

10.6 Aplicaciones para el diseño de páginas Web comerciales

10.7 Cuestionario: Cuestionario repaso tema 9 y 10

10.8 Cuestionario: Cuestionario final

Técnicas de marketing

1 Condicionantes del marketing

- 1.1 Qué es el marketing
- 1.2 El consumidor
- 1.3 La demanda
- 1.4 El comprador
- 1.5 El mercado - Segmentación
- 1.6 Marketing-mix
- 1.7 Cuestionario: Condicionantes del Marketing

2 Estudio de mercados

- 2.1 Universo y muestra
- 2.2 Selección del medio
- 2.3 Realización y conteo
- 2.4 Interpretación de la información
- 2.5 Parámetros estadísticos
- 2.6 Cuestionario: Estudio de mercados

3 El mercado

- 3.1 Concepto de producto
- 3.2 Cualidades de los productos
- 3.3 Importancia del conocimiento del producto
- 3.4 Clasificación de los productos
- 3.5 Ciclo de vida del producto
- 3.6 Reposicionamiento del producto
- 3.7 Obsolescencia planificada
- 3.8 Estacionalidad
- 3.9 Productos diferenciados y de competencia perfecta
- 3.10 Producto puro y producto añadido
- 3.11 Competencia directa y producto sustitutivo
- 3.12 La importancia de la marca
- 3.13 Gama y línea de producto
- 3.14 Cuestionario: El mercado

4 Política de productos

- 4.1 Línea y artículo
- 4.2 Estrategias de marca
- 4.3 Estrategias de empaquetamiento
- 4.4 Posicionamiento estratégico en el mercado
- 4.5 Políticas de marketing
- 4.6 Cuestionario: Política de productos

5 Política de precios

- 5.1 Fijación de precios
- 5.2 Política de precios y CVP
- 5.3 Tácticas de introducción de precios
- 5.4 Descuentos bonificaciones y rappels
- 5.5 Cuestionario: Política de precios

6 Política de distribución

- 6.1 Qué es la distribución
- 6.2 Venta directa
- 6.3 Venta con intermediarios
- 6.4 Canales de distribución
- 6.5 Tipos de distribución
- 6.6 Selección del canal
- 6.7 Distribución física de mercancías
- 6.8 Cuestionario: Política de distribución

7 La comunicación

- 7.1 Naturaleza y definición
- 7.2 Tipos de comunicación
- 7.3 Elementos del proceso de la comunicación
- 7.4 El proceso de comunicación
- 7.5 Problemas de la comunicación
- 7.6 Personalidades de los actores de la comunicación
- 7.7 Interacción de caracteres
- 7.8 Comportamientos
- 7.9 Las comunicaciones
- 7.10 La comunicación en la venta
- 7.11 La comunicación oral
- 7.12 Características de la comunicación oral
- 7.13 Normas para la comunicación oral efectiva
- 7.14 Reglas para hablar bien en público
- 7.15 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
- 7.16 Cuestionario: La comunicación

8 Política de comunicación

- 8.1 Elementos estratégicos de la política de comunicación
- 8.2 Seguimiento de la comunicación
- 8.3 Presupuesto de comunicación
- 8.4 Composición de la mezcla de comunicación
- 8.5 Cuestionario: Política de comunicación

9 Publicidad

- 9.1 Publicidad
- 9.2 Establecimiento de metas y objetivos
- 9.3 Decisiones respecto al presupuesto
- 9.4 Decisiones respecto al mensaje
- 9.5 Decisiones respecto al medio
- 9.6 Evaluación y planificación de la campaña
- 9.7 Cuestionario: Publicidad

10 El perfil del vendedor

- 10.1 Introducción
- 10.2 Personalidad del vendedor
- 10.3 Clases de vendedores
- 10.4 Los conocimientos del vendedor
- 10.5 Motivación y destreza
- 10.6 Análisis del perfil del vendedor
- 10.7 El papel del vendedor
- 10.8 Cuestionario: El perfil del vendedor

11 La venta como proceso

- 11.1 Introducción
- 11.2 El proceso de compra-venta
- 11.3 El consumidor como sujeto de la venta
- 11.4 El comportamiento del consumidor
- 11.5 Motivaciones de compra-venta
- 11.6 Cuestionario: La venta como proceso

12 Tipología de la venta

- 12.1 Tipología según la pasividad - actividad
- 12.2 Tipología según la presión
- 12.3 Tipología según la implicación del producto
- 12.4 Tipología según el público y forma de venta
- 12.5 Cuestionario: Tipología de la venta

13 Técnicas de ventas

- 13.1 Introducción
- 13.2 Fases de la venta
- 13.3 Contacto y presentación
- 13.4 Sondeo
- 13.5 Argumentación
- 13.6 La entrevista

- 13.7 Material de apoyo
- 13.8 El cierre de la venta
- 13.9 El seguimiento
- 13.10 Cuestionario: Técnicas de venta

14 Estrategia de ventas

- 14.1 Previsión de ventas
- 14.2 Método de encuesta de intención de compra
- 14.3 Presentación del presupuesto de ventas
- 14.4 Organización y estructura de ventas
- 14.5 Personal de ventas
- 14.6 Cuestionario: Estrategia de ventas
- 14.7 Cuestionario: Cuestionario final