Unavia Formación S.L.
www.unaviaformacion.es
direccion@unaviaformacion.es
968208630

Formación Unavia

FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

TECNICAS DE VENTA Y DE MARKETING

Sector: COMERCIO

CONVOCATORIA ABIERTA. Si está interesado en este curso, por favor, consulte las fechas.

Modalidad: ONLINE

Duración: 60.00 horas

Objetivos:

Conocer las diferentes y más eficaces técnicas de venta que son empleadas en la actualidad.

Aprender a conocer al cliente, identificar sus necesidades y, en base a ello, aplicar las técnicas de venta que resulten más adecuadas para cada tipo de cliente.

Desarrollar las habilidades generales imprescindibles para alcanzar una relación exitosa con los clientes.

Conocer y dominar las principales habilidades comunicativas, las técnicas de negociación y las técnicas de persuasión para que el proceso de venta se desarrolle de forma óptima.

Trabajar todos aquellos elementos que mejoran la relación con el cliente.

Contenidos:

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
5.8 Argumentario de ventas

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 segun la presion
12.3 Tipología segun la implicación del producto
12.4 Tipología segun 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