

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



FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

Curso de Formación - **TECNICAS DE VENTAS Y 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 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