Curso ON-LINE

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN LA VENTA

Titulación expedida por la Universidad Antonio de Nebrija en colaboración con AGRUPACIÓN VÉRTICE[1]

75 HORAS
TELEFORMACIÓN
3 ECTS

OBJETIVOS

• Dotar a los trabajadores de la **formación necesaria que les capacite y prepare para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades**, por un lado de programación con el fin de que los trabajadores adquieran los conocimientos necesarios para realizar una correcta y adecuada organización del trabajo y por otro lado, de dirección, ya que los encargados de organizar el trabajo deben tener una correcta formación en la materia con el fin de maximizar los recursos, tanto materiales como humanos, de que dispone la empresa.

• Formar a los trabajadores en **diversos aspectos que le habiliten para el desarrollo de funciones relacionadas con las ventas** y la comunicación empresarial.

ÍNDICE

UD1. La comunicación comercial y el proceso de venta.
1.1 El concepto de venta y la comunicación empresarial
1.2 La identificación de las necesidades del cliente
1.3 Las cualidades del vendedor
1.4 Fases en el proceso de venta.

UD2. El proceso de venta (i): fase previa y demostración.
2.1 Fase previa
2.2 La oferta del producto
2.3 La demostración
2.4 La negociación.

UD3. El proceso de venta (ii): objeciones y cierre de la venta.
3.1 La dificultad de las objeciones
3 2 El cierre de la venta.

UD4. El servicio posventa
4.1 El servicio al cliente
4.2 Gestión de quejas y reclamaciones
4.3 El seguimiento de la venta
4.4 La fidelización por la oferta.

75 HORAS
TELEFORMACIÓN
3 ECTS

UD5. La dirección comercial de ventas

5.1 La administración de ventas
5.2 La dirección de ventas
5.3 Actividades y dimensiones de la dirección comercial
5.4 La planificación estratégica de ventas
5.5 Organización del equipo de ventas
5.6 Selección del equipo de ventas
5.7 La contratación e integración de los vendedores
5.8 La formación en ventas.

UD6. 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 ventas