



## **PROFESIONAL EN TÉCNICAS VENTA. NEGOCIACIÓN, CIERRE Y POSTVENTA**

## TÉCNICAS DE VENTA PERSONAL

### UNIDAD 1. LA VENTA Y LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

- 1. CONCEPTO DE VENTA Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL**
  - 1.1. La venta empresarial como actividad de marketing
  - 1.2. Marketing operacional vs. Marketing estratégico
  - 1.3. El Marketing Mix
  - 1.4. La venta y el marketing unidos en la estrategia empresarial
- 2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA EMPRESARIAL**
  - 2.1. La comunicación en la empresa
  - 2.2. La comunicación externa empresarial
  - 2.3. Objetivos de la Comunicación Publicitaria
  - 2.4. Objetivos de comunicación de las Relaciones Públicas
  - 2.5. Objetivos de comunicación de la Promoción de Ventas
- 3. TIPOS DE VENTA**
  - 3.1. Introducción
  - 3.2. Venta al detalle
  - 3.3. Venta industrial
- 4. LA VENTA COMO PROCESO**
  - 4.1. Introducción
  - 4.2. Establecer una asociación con el cliente y generar confianza
  - 4.3. Identificar las necesidades del consumidor
  - 4.4. Seleccionar la ventaja competitiva
  - 4.5. Comunicar la ventaja competitiva
  - 4.6. Ofrecer servicios postventa
- 5. LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL**
  - 5.1. Introducción
  - 5.2. Elementos del proceso de comunicación
  - 5.3. Barreras de la comunicación
- 6. EL DIRECTOR Y EL EQUIPO DE VENTAS**
  - 6.1. El director de ventas
  - 6.2. El equipo de ventas
  - 6.3. Tipos de trabajos en ventas

### UNIDAD 2. CUALIDADES DEL VENDEDOR

- 1. EL VENDEDOR COMO COMUNICADOR**
  - 1.1. Introducción
  - 1.2. El lenguaje verbal
  - 1.3. El lenguaje no verbal
- 2. EL PERFIL DEL VENDEDOR**
  - 2.1. Introducción
  - 2.2. Profesiograma
  - 2.3. Competencias del vendedor Ideal
- 3. ÉTICA, RESPONSABILIDAD Y HONESTIDAD DEL VENDEDOR**
  - 3.1. Ética y responsabilidad
  - 3.2. Honestidad
- 4. LAS FUNCIONES DEL VENDEDOR**
  - 4.1. Las funciones del vendedor

## **UNIDAD 3. CONCERTACIÓN DE VISITAS COMERCIALES**

### **1. LA VENTA PERSONAL**

- 1.1. Concepto de venta personal
- 1.2. Teorías de la venta
- 1.3. Fases de la venta personal

### **2. ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN EN LA VENTA**

- 2.1. Organización del trabajo. Recomendaciones
- 2.2. Fases de la planificación
- 2.3. Fijación de objetivos

### **3. LA PROSPECCIÓN**

- 3.1. Acciones
- 3.2. Tipos de clientes
- 3.3. Atención telefónica. Principios básicos

### **4. FUENTES DE INFORMACIÓN**

- 4.1. Introducción
- 4.2. Fuentes internas
- 4.3. Fuentes externas

### **5. EL TELÉFONO**

- 5.1. Aplicaciones del teléfono
- 5.2. Ventajas del uso del teléfono
- 5.3. Desventajas del uso del teléfono
- 5.4. Uso correcto del lenguaje. Recomendaciones
- 5.5. Cómo concertar una cita/entrevista/presentación de ventas

### **6. EL CORREO O "MAILING"**

- 6.1. Introducción
- 6.2. Captar la atención y el interés
- 6.3. Antes de realizar el envío
- 6.4. Al finalizar la campaña

## **UNIDAD 4. DEMOSTRACIÓN**

### **1. LA ARGUMENTACIÓN**

- 1.1. Tipos de argumentación
- 1.2. Recomendaciones para una buena argumentación

### **2. LA DEMOSTRACIÓN**

- 2.1. Planificación de la demostración
- 2.2. El lenguaje corporal
- 2.3. Materiales de apoyo
- 2.4. Recomendaciones para una buena demostración

## **UNIDAD 5. CIERRE DE LA VENTA**

### **1. PROCESO LINEAL**

- 1.1. Proceso lineal con altibajos

### **2. CONSIDERACIONES PREVIAS**

- 2.1. Introducción
- 2.2. La actitud del vendedor
- 2.3. Planificación e investigación
- 2.4. Desarrollo de la venta antes del cierre

### **3. SIGNOS DE COMPRA**

- 3.1. Introducción
- 3.2. Signos verbales
- 3.3. Signos no verbales

- 4. TÉCNICAS PARA EL CIERRE DE LA VENTA**
  - 4.1. Introducción
  - 4.2. Técnicas
  - 4.3. Punto muerto
- 5. LA DESPEDIDA**
  - 5.1. Cuando el cliente acepta la propuesta del vendedor
  - 5.2. Cuando el cliente no acepta la oferta

## **NEGOCIACIÓN COMERCIAL**

### **1. CONCEPTOS BÁSICOS**

- 1.1. La negociación comercial.
- 1.2. Principales características de la negociación comercial.
- 1.3. Elementos de la negociación.
- 1.4. Tipos de negociación.
- 1.5. Lugar de la negociación.
- 1.6. El entorno de la negociación.
- 1.7. Principios de la negociación.

### **2. EL NEGOCIADOR**

- 2.1. Características del buen negociador.
- 2.2. Tipos básicos de negociadores.
- 2.3. Procedencia cultural.
- 2.4. Selección de los negociadores.

### **3. PROCESO DE NEGOCIACIÓN**

- 3.1. Preparación.
- 3.2. Material de apoyo.
- 3.3. Desarrollo.
- 3.4. Cierre.
- 3.5. Acuerdo.

### **4. ESTRATEGIAS, TÁCTICAS Y COMUNICACIÓN**

- 4.1. Estrategias.
- 4.2. Tácticas.
- 4.3. Comunicación.

## DOCUMENTOS Y HERRAMIENTAS BÁSICAS EN LA COMPRA-VENTA

### 1. DOCUMENTOS PROPIOS DE LA COMPRAVENTA

- 1.1. El contrato de Compra-Venta
- 1.2. Documentos relacionados con el cobro y pago

### 2. NORMATIVA Y USOS HABITUALES EN LA ELABORACIÓN DE DOCUMENTACIÓN COMERCIAL

### 3. ORDEN DE PEDIDO. FACTURA. RECIBO

- 3.1. Orden de pedido
- 3.2. Factura
- 3.3. Recibo

### 4. CÁLCULO DEL PVP: MÁRGENES Y DESCUENTOS

- 4.1. Técnicas de fijación de precios
- 4.2. Cálculo del PVP
- 4.3. Descuentos

### 5. PROCESADORES DE TEXTOS APLICADOS A LA VENTA

### 6. UTILIZACIÓN DEL TPV

- 6.1. Software
- 6.2. Hardware
- 6.3. TPV Virtual

## LA IMPORTANCIA DEL SERVICIO POSTVENTA

### 1. EL SERVICIO AL CLIENTE

- 1.1. La necesidad del servicio al cliente
- 1.2. Dar respuesta a las expectativas del cliente
- 1.3. El servicio de posventa - Técnicas

### 2. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

- 2.1. Las quejas como estrategia de fidelización
- 2.2. Pasos para tratar las quejas
- 2.3. El tratamiento de las reclamaciones por escrito
- 2.4. Incidencia de las quejas y reclamaciones en la empresa

### 3. EL SEGUIMIENTO DE LA VENTA

- 3.1. El seguimiento como corrección de problemas
- 3.2. Tipos de seguimiento

### 4. LA FIDELIZACIÓN POR LA OFERTA

- 4.1. La diferenciación por la oferta
- 4.2. Promover la diferencia