

Técnicas de Comunicación en la Venta



Área: Gestión Comercial de Ventas - Certificado de Profesionalidad

Modalidad: Teleformación

Duración: 75 h

Precio: 562.50€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

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.

CONTENIDOS

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.

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.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.