

Trata sobre el proceso de ventas y la importancia y función que en él desempeñan los profesionales de la venta, estableciendo cómo desarrollar de forma óptima las distintas partes de la visita comercial para lograr la venta de los productos y la fidelización del cliente a la empresa a la que representan.

NºLecciones	H.Lectivas (teoría)	H.Lectivas (prácticas)	H.Lectivas (total)
10	5	0	5

Este curso no dispone de manual adicional.

TEMARIO

Módulo 1: **Visita comercial**

Se examinan las distintas formas de establecer una relación comercial con los clientes, desde la concertación telefónica, la primera entrevista, la fase de acercamiento y presentación de la empresa y del producto, la presentación de propuestas comerciales y resolución de objeciones hasta formalizar el cierre de la venta.

Lección 1: Importancia de la labor de ventas

Breve introducción del proceso de venta y de la competitividad actual. Se presentan tres empresas y sus profesionales de venta y métodos de trabajo.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: Presentación de Markeserv, Compuserv y Finanserv

Capítulo 3: Test

Lección 2: Preparación de la entrevista

Muestra la importancia de preparar convenientemente una entrevista y de la mala imagen que crea una preparación errónea. Se indican cuáles son los puntos principales de una buena preparación de la entrevista con el cliente y de las herramientas que dispone para ello.

Capítulo 1: Importancia de la preparación de la entrevista

Capítulo 2: Aspectos clave para la preparación de la visita

Capítulo 3: Herramientas para la entrevista

Capítulo 4: Test

Lección 3: Tipos de visita comercial

Explicación de los distintos tipos de visita comercial, de sus ventajas y desventajas y de las experiencias de los profesionales de la venta al respecto, así como del primer contacto y de los objetivos a conseguir.

Capítulo 1: Introducción a los tipos de visita

Capítulo 2: Las experiencias de los comerciales

Capítulo 3: Resumen de tipos de visita

Capítulo 4: Test

Lección 4: La concertación para la entrevista

Introducción a la concertación telefónica, pasos a seguir y objetivos. Explica qué es el argumentario y muestra cómo rebatir las objeciones del cliente y cómo llegar a ser un concertador efectivo para conseguir una entrevista con el cliente.

Capítulo 1: ¿Qué es la concertación telefónica?

Capítulo 2: Pasos en la concertación telefónica

Capítulo 3: El argumentario

Capítulo 4: Objeciones del cliente. Cómo rebatirlas

Capítulo 5: Claves para ser un concertador efectivo

Capítulo 6: La ficha de seguimiento

Capítulo 7: Test

Lección 5: La fase de acercamiento

Explica cómo localizar al interlocutor válido para la realización de la entrevista y cómo obtener información en la fase de acercamiento para utilizarla en la entrevista. También se muestra cómo resolver el problema de las esperas antes de la entrevista y qué hacer al respecto.

Capítulo 1: Qué hay que hacer en el acercamiento

Capítulo 2: Buscando al interlocutor

Capítulo 3: Las esperas

Capítulo 4: Test

Lección 6: Fases de la entrevista

Abarca el proceso y fases de la entrevista con el cliente y qué objetivos se pretenden conseguir.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: Objetivos

Capítulo 3: Qué es el AIDA

Capítulo 4: Test

Lección 7: El primer contacto con el cliente

Contempla cómo desarrollar la toma de contacto con el cliente, cómo romper el hielo y crear un clima de confianza con el cliente. Explica cómo hacer una presentación personal, de la empresa a la que se representa y del producto que se intenta vender. Se resumen las fases de acercamiento.

Capítulo 1: Saludo y toma de contacto

Capítulo 2: Cómo romper el hielo

Capítulo 3: Presentación personal, de la empresa y del producto

Capítulo 4: Resumen de las fases de acercamiento

Capítulo 5: Test

Lección 8: Análisis de necesidades

Describe cómo aplicar el análisis de necesidades para sondear cuáles son las necesidades del cliente utilizando la escucha activa, la técnica de las preguntas y la comunicación no verbal del cliente para conocer su actitud ante la entrevista.

Capítulo 1: Introducción

Capítulo 2: La técnica de las preguntas

Capítulo 3: Cómo hacer el análisis de necesidades

Capítulo 4: La escucha activa

Capítulo 5: Resumen del análisis de necesidades

Capítulo 6: Test

Lección 9: La propuesta comercial y negociación de condiciones

Establece la forma de mostrar una propuesta comercial al cliente según sus necesidades. Se examinan los distintos tipos de objeciones que puede proponer el cliente y se explican las técnicas para resolverlas y la negociación de las condiciones de venta.

Capítulo 1: Introducción a la propuesta comercial

Capítulo 2: Presentación del producto

Capítulo 3: Objeciones del cliente

- Capítulo 4: Argumentación de la venta efectiva
- Capítulo 5: Relación objeciones – argumentación
- Capítulo 6: Negociación de condiciones de venta
- Capítulo 7: Resumen de propuesta comercial y negociación de condiciones
- Capítulo 8: Test

Lección 10: El cierre de la venta

Muestra las formas de cerrar una venta, qué señales hay que tener en cuenta en el cliente para proponerle el cierre de la venta y cómo proceder para que ésta se realice y finalizar la venta de forma eficaz.

- Capítulo 1: Introducción
- Capítulo 2: Señales positivas para el cierre
- Capítulo 3: Tipos de cierre
- Capítulo 4: Resumen del cierre de venta
- Capítulo 5: Test