

Muestra cómo debe estar organizada una empresa centrándose en el departamento comercial, donde se definirá la figura del vendedor como un comercial que además de conseguir las ventas, fortalece los lazos de la empresa con el cliente. Para ello, se mostrarán varias técnicas y reglas útiles durante el proceso de negociación.

NºLecciones	H.Lectivas (teoría)	H.Lectivas (prácticas)	H.Lectivas (total)
9	14	0	14

Este curso no dispone de manual adicional.

TEMARIO

Módulo 1: **Técnicas de venta**

Explica que un vendedor no se dedica únicamente a vender, sino que debe recopilar el máximo número de clientes colaboradores, es decir, que los clientes estén satisfechos con los productos que la empresa proporciona. Para ello, se verán las diferentes técnicas y procedimientos para llevar a cabo una buena negociación.

Lección 1: Introducción a la empresa

Define qué es la empresa y cuáles son sus orígenes. Describe la estructura básica que debe tener una empresa, mostrando los departamentos y explicando las funciones que se ejercen en cada uno de ellos. Define qué es el entorno de la empresa y qué amenazas y oportunidades pueden repercutir en él.

- Capítulo 1: Introducción
- Capítulo 2: Estructura básica de la empresa
- Capítulo 3: Entorno
- Capítulo 4: Planificación
- Capítulo 5: Amenazas del entorno
- Capítulo 6: Oportunidades del entorno
- Capítulo 7: Ejercicios

Lección 2: Introducción al Marketing

Introduce la definición de marketing como el objetivo que tiene la empresa en crear un lazo con la población, es decir, con los posibles clientes. Para ello se tendrá que responder a las cuatro preguntas: ¿qué?, ¿cuándo?, dónde? y ¿cómo? Muestra cómo obtener información y cómo utilizarla para crear el plan de marketing de la empresa.

- Capítulo 1: Introducción
- Capítulo 2: Investigación comercial
- Capítulo 3: Oferta específica
- Capítulo 4: Distribución
- Capítulo 5: Precio
- Capítulo 6: Logística
- Capítulo 7: Comunicación
- Capítulo 8: El plan de Marketing
- Capítulo 9: Ejercicios

Lección 3: El departamento comercial

Describe la evolución que ha experimentado el departamento comercial de las empresas, profundizando en la actualidad, donde podemos encontrar diferentes tipos de organización según la tipología de la empresa. Describe cuáles son las funciones del departamento, así como, las tareas de sus trabajadores, como puedan ser el director comercial, jefe de ventas y el vendedor.

- Capítulo 1: Organización, estructura y dirección
- Capítulo 2: Origen departamento comercial

- Capítulo 3: Introducción función comercial
- Capítulo 4: Actualidad del dpto. comercial
- Capítulo 5: Jerarquía del dpto. comercial
- Capítulo 6: Descripción y funciones
- Capítulo 7: Contactos del departamento
- Capítulo 8: Funciones del departamento
- Capítulo 9: Ejercicios

Lección 4: Actividades, funciones del vendedor

Muestra todo lo referente a la figura del vendedor, qué perfil ha de cumplir, cuáles son las características de un buen vendedor y explica que la función del vendedor no es únicamente la de vender. El vendedor tiene varias actividades y en este capítulo nos las define. Describe cuáles son los errores más comunes de los vendedores y cómo evitarlos.

- Capítulo 1: Introducción
- Capítulo 2: Perfil del vendedor
- Capítulo 3: Funciones del vendedor
- Capítulo 4: Actividades propias del vendedor
- Capítulo 5: Orientación al servicio
- Capítulo 6: La percepción del vendedor
- Capítulo 7: Fallos del vendedor
- Capítulo 8: Ejercicios

Lección 5: Ventas

Explica el concepto de venta, mostrando las formas de venta que se pueden encontrar, así como los diferentes tipos de ventas en que se pueden catalogar según a quién vaya dirigida. Muestra los diferentes cálculos de rentabilidad que existen para valorar las ventas y los vendedores por parte de la empresa y de los propios vendedores.

- Capítulo 1: Introducción
- Capítulo 2: Tipos de venta
- Capítulo 3: Cálculo de ventas
- Capítulo 4: Previsión de ventas
- Capítulo 5: Ejercicios

Lección 6: El cliente

Explica que un vendedor no se dedica únicamente a vender, sino también a fortalecer las relaciones con los clientes. En este capítulo nos muestra cómo clasificar los clientes según diversos factores, de forma que después sea más sencilla su identificación.

- Capítulo 1: Introducción
- Capítulo 2: La búsqueda de clientes
- Capítulo 3: Comportamiento del consumidor
- Capítulo 4: Clasificación de la clientela
- Capítulo 5: Ejercicios

Lección 7: La negociación

Explica el proceso de la comunicación y la importancia que tiene ser un buen comunicador a la hora de negociar. Muestra cómo realizar todo el proceso de negociación desde el primer contacto hasta su conclusión, indicando cómo aprovechar las objeciones que presente el cliente. Realiza una clasificación según caracteres de los clientes, con la finalidad de saber cómo actuar delante de cada tipo de cliente.

- Capítulo 1: Comunicación

- Capítulo 2: Comunicación comercial
- Capítulo 3: Negociación empresarial y comercial
- Capítulo 4: Proceso de negociación
- Capítulo 5: Tácticas de negociación
- Capítulo 6: Tipologías de clientes
- Capítulo 7: Ejercicios

Lección 8: La comunicación no verbal

Estudia la importancia de la comunicación no verbal, mostrando el significado de los gestos que realizamos las personas. De esta manera, el vendedor puede obtener información adicional y conocer si el cliente está interesado. Además, muestra cuáles son las distancias que se deben guardar según sea nuestro interlocutor.

- Capítulo 1: Introducción
- Capítulo 2: Territorios y zonas
- Capítulo 3: Los gestos y su significado
- Capítulo 4: Ángulos y triángulos
- Capítulo 5: Ejercicios

Lección 9: Después de la venta

Informa que no está toda la actividad del vendedor después de concretar la venta, sino que, una vez realizada la venta, hay que hacer que la relación con el cliente sea duradera, es decir, hay que buscar la satisfacción del cliente para que pueda convertirse en un cliente colaborador. Nos explica cómo actuar adecuadamente ante las reclamaciones.

- Capítulo 1: Introducción
- Capítulo 2: La satisfacción del consumidor
- Capítulo 3: Las reclamaciones
- Capítulo 4: Fidelización de la clientela
- Capítulo 5: Ejercicios