

La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



# Técnicas de Venta y Administración Comercial

Modalidad:

e-learning con una duración 112 horas

Objetivos:

- Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.
- Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales.
- Conocer el mercado para la correcta estrategia de ventas.
- Conocer las diferentes fuentes de información.
- Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- Realizar promociones comerciales.

Contenidos:

## TEMA 1. TEORÍAS DE LA VENTA. EL VENDEDOR

Introducción

Teorías de la venta

¿Quien es el/la vendedor/a?

Clases de vendedores/as

Actividades del vendedor/a

Características del buen vendedor/a

Los conocimientos del vendedor/a

La persona con capacidad de persuasión

## TEMA 2. EL SERVICIO, ASISTENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE/A

Introducción

La satisfacción del cliente/a

Formas de hacer el seguimiento

El servicio postventa



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



Asistencia al cliente/a  
Información y formación al cliente/a  
Tratamiento de las Reclamaciones  
Cómo conseguir la satisfacción del cliente/a  
Tratamiento de dudas y objeciones  
Reclamaciones  
Cara a cara o por teléfono

### TEMA 3. TIPOS DE VENTAS. LA PLATAFORMA COMERCIAL Y PLAN DE ACCIÓN

Venta directa  
Venta a distancia  
Venta multinivel  
Venta personal  
Otros tipos de venta  
La plataforma comercial  
El/la cliente/a actual  
El/la cliente/a potencial  
La entrevista de ventas. Plan de acción  
Prospección  
Concertación de la visita  
Claves para que la llamada resulte satisfactoria  
Ejecución Física de la carta  
Cómo debe reaccionar el vendedor/a ante las objeciones  
Seis fórmulas para cerrar  
La Despedida  
Venta a grupos  
Venta por Correspondencia  
Venta telefónica  
Venta por Televisión  
Venta por Internet

### TEMA 4. EL PROCESO DE DECISIÓN E INFLUENCIAS DE COMPRA EN EL MERCADO

Introducción  
Reconocimiento del Problema  
Tipos de decisiones  
Búsqueda de información  
La elección del establecimiento



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



- La elección de la marca
- Compras racionales e irracionales
- Las compras impulsivas
- Evaluación de la postcompra
- Influencias del proceso de compra
- Variables que influyen en el proceso de compra
- La segmentación del mercado
- Criterios de segmentación
- Tipología humana
- Información personal previa que se pide obtener de los/as clientes/as
- Tipologías de los/as clientes/as
- Clasificación sobre tipos de clientes/as
- Motivaciones psicológicas del consumidor/a
- Necesidades fisiológicas
- Necesidades de seguridad
- Necesidades sociales
- Necesidades de reconocimiento/estima
- Necesidades de autoesperación/auto realización
- La teoría de los factores, de herzberg

## TEMA 5. ELEMENTOS, HABILIDADES Y TÉCNICAS COMERCIALES. LOS CALL CENTERS

- Elementos de la comunicación comercial
- Estrategias para mejorar la comunicación
- Comunicación dentro de la empresa
- Dispositivos de Información
- Habilidades sociales y protocolo comercial
- La comunicación verbal
- Comunicación no verbal
- La Comunicación Escrita
- Técnicas y procesos de negociación
- Bases fundamentales de los procesos de negociación
- Las conductas de los buenos/as negociadores/as
- Estrategias y tácticas en la negociación
- Fases de la negociación
- Los Call Centers
- La atención al cliente/a en el siglo XXI

## TEMA 6. COMUNICACIÓN ORAL, EXPRESIÓN ESCRITA Y ESCUCHA EN LA VENTA



La manera más sencilla de que crezca  
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN  
FORMACIÓN**



## Introducción

Defectos frecuentes por parte del/la que habla

Defectos frecuentes por parte del/la oyente

Leyes de la Comunicación

Principios de la Comunicación

El proceso de comunicación

Mensajes que facilitan el diálogo

La retroalimentación

Ruidos y barreras en la comunicación

Cómo superar las barreras en la comunicación

La expresión oral en la venta

Cómo llevar a cabo la expresión oral en la venta

La expresión escrita en la venta

Las veinte sugerencias para la comunicación escrita

La escucha en la venta

Como mejorar la capacidad de escuchar

Tipos de Preguntas

La comunicación no verbal

Emitiendo señales, creando impresiones

Los principales componentes no verbales

La asertividad

Tipología de personas