

TÉCNICAS DE VENTA Y PLANIFICACIÓN (40h)

Objetivos

- Adquirir los conocimientos fundamentales para un adecuado acercamiento al cliente, a través de la teoría y la práctica.
- Comprender el proceso completo de ventas, el cierre y el tratamiento de quejas y reclamaciones.
- Adquirir una visión global de la venta que ayudará a mejorar la participación del vendedor en ella.

Unidades Didácticas

1. **EL VENDEDOR Y SUS CUALIDADES**
 - 1.1. Introducción
 - 1.2. Las principales cualidades requeridas
 - 1.3. Consideraciones
 - 1.4. Misiones del vendedor
 - 1.5. Algunos estilos típicos de vendedores
2. **EL CONSUMIDOR Y SU COMPORTAMIENTO.**
 - 2.1. El consumidor y la satisfacción de necesidades
 - 2.2. Determinación del comportamiento del consumidor
 - 2.3. La motivación
 - 2.4. Comportamiento de elección del comprador
 - 2.5. Necesidades del consumidor
 - 2.6. Necesidades humanas según Maslow
 - 2.7. Estrategias de venta para los nuevos tipos de consumidores
3. **LA VENTA Y LA PRESENTACIÓN.**
 - 3.1. Concepto
 - 3.2. Métodos de venta
 - 3.3. Consideraciones respecto a la venta
 - 3.4. La venta bien hecha
 - 3.5. Fases de la venta
 - 3.6. Conocimiento del producto
 - 3.7. Ventas al por menor
 - 3.8. Mercado de servicios
 - 3.9. La presentación

3.10. El primer contacto, la presentación del vendedor

4. **LA SONRISA Y LA INFLUENCIA DE LOS VEINTE PRIMEROS SEGUNDOS.**

- 4.1. La sonrisa
- 4.2. Influencia de los veinte primeros segundos
- 4.3. Las palabras termitas
- 4.4. Palabras que provocan respuestas positivas
- 4.5. Consideraciones finales
- 4.6. Los primeros gestos
- 4.7. Atraer la atención del cliente potencial
- 4.8. La frase de impacto

5. **LA TÉCNICA DE LA PREGUNTA.**

- 5.1. ¿Qué es una pregunta?
- 5.2. ¿Por qué plantear preguntas?
- 5.3. Diferentes formas de preguntas
- 5.4. Algunos consejos

6. **LA COMPRENSIÓN.**

- 6.1. La base de la comunicación y del diálogo
- 6.2. Empatía y la conciencia del prójimo
- 6.3. ¿Quién debe hablar?
- 6.4. Vender = Comunicar = Comprender
- 6.5. Cómo favorecer el interés del cliente y la comprensión

7. **EL ARTE DE ESCUCHAR.**

- 7.1. Introducción
- 7.2. El silencio: un instrumento eficaz
- 7.3. La escucha activa
- 7.4. Algunos consejos para escuchar mejor
- 7.5. La técnica del eco positivo
- 7.6. Hacia una definición

8. **LA OFERTA Y LA DEMOSTRACIÓN.**

- 8.1. La oferta. Introducción
- 8.2. La recogida de elementos para la oferta
- 8.3. La redacción de la oferta
- 8.4. La entrega de la oferta
- 8.5. La demostración. Introducción
- 8.6. ¿Por qué una demostración?
- 8.7. Objetivos de una demostración
- 8.8. Principios de una buena demostración

8.9. Problemas de la demostración

9. **ARGUMENTAR ES VENDER.**

9.1. Introducción

9.2. Definiciones

9.3. ¿Qué argumentos utilizar?

9.4. Control de los argumentos

10. **OBJECIONES Y EXCUSAS.**

10.1. La objeción

10.2. Las excusas

10.3. Razones que motivan las objeciones

10.4. ¿Dónde aparecen las objeciones?

10.5. La actitud ante las objeciones

10.6. Tácticas para combatir objeciones

10.7. Objeciones que se deben aceptar

10.8. La objeción más difícil: el precio

11. **LA CONCLUSIÓN EN LA VENTA.**

11.1. Los signos de compra y las técnicas de conclusión. Introducción

11.2. Los signos de compra

11.3. Diferentes técnicas de conclusión

11.4. La petición de descuento

11.5. Ayudar al cliente a decidirse. Introducción

11.6. Actitudes favorables para la conclusión

11.7. Concluir

11.8. La despedida y el seguimiento de la venta. Introducción

11.9. El seguimiento de la venta

11.10. Mantener la confianza

11.11. Prestar servicio

12. **ACTITUD ANTE LAS CRÍTICAS Y LAS RECLAMACIONES.**

12.1. Introducción

12.2. Consejos de actuación

12.3. Procedimiento para detener a un cliente enojado

12.4. El cliente agresivo



Precio: 230€