

TÉCNICAS DE VENTAS Y NEGOCIACIÓN CON CLIENTES DIFÍCILES.

Unidad 1. Aspectos básicos de las ventas

- 1.1. El producto
 - 1.1.1. Definición de producto
 - 1.1.2. Tipos de producto
 - 1.1.3. Ciclo de vida del producto
- 1.2. El cliente o consumidor
 - 1.2.1. Las necesidades del cliente
 - 1.2.2. La motivación para consumir
 - 1.2.3. El perfil del consumidor
- 1.3. El proceso de la administración de las ventas
- 1.4. Factores que afectan a las ventas
 - 1.4.1. Entorno externo
 - 1.4.2. Entorno interno

Unidad 2. Organización de las ventas

- 2.1. El departamento de ventas
- 2.2. Planificación de las ventas
 - 2.2.1. Objetivos de ventas
 - 2.2.2. Organización de las ventas
 - 2.2.3. Rutas y visitas de ventas
- 2.3. Administración de las relaciones con los clientes
 - 2.3.1. Del marketing masivo al marketing individualizado
 - 2.3.2. Ciclo de administración de las relaciones con los clientes

Unidad 3. El proceso de la negociación comercial

- 3.1. Etapa inicial
- 3.2. Apertura
- 3.3. Presentación y demostración del producto
- 3.4. Tratamiento de las objeciones
- 3.5. Cierre

Unidad 4. Técnicas de ventas

- 4.1. Métodos de ventas
 - 4.1.1. Venta a distancia
 - 4.1.2. Venta personal
 - 4.1.3. Venta multinivel
- 4.2. Las fases de la venta
 - 4.2.1. Localización y calificación de los clientes
 - 4.2.2. Acercamiento con el cliente
 - 4.2.3. Argumento de ventas
 - 4.2.4. Consolidación de la venta
 - 4.2.5. Servicio de atención al cliente

Unidad 5. La fuerza de ventas

- 5.1. El vendedor
- 5.2. Características personales y aptitudes para las ventas
- 5.3. Tipos de vendedores
- 5.4. Capacitación de la fuerza de ventas
 - 5.4.1. Métodos de capacitación de las ventas
 - 5.4.2. Medición de costos y beneficios de la capacitación en las ventas
- 5.5. Cuotas e incentivos para el vendedor

Unidad 6. Comercio y tecnología

- 6.1. El comercio electrónico
- 6.2. Opciones electrónicas de pago
- 6.3. Códigos comerciales

Unidad 7. Como negociar con un cliente difícil.