

# GESTIÓN DE VENTAS

10  
HORAS

## DESCRIPCIÓN

---

Analizaremos la organización de la labor de ventas: la planificación, la programación, la ejecución y el control, y desarrollaremos las técnicas de ventas con el objetivo de conseguir mejores resultados de ventas en el menor tiempo posible.

## OBJETIVOS

---

El objetivo de este curso es conocer cómo funciona el proceso integral de la venta y cómo funciona su gestión, así como desarrollar un proceso sistemático propio que nos permita tener una metodología para la consecución de nuestros objetivos comerciales.

## CONTENIDOS

---

CONTENIDO MANUAL:

MÓDULO 1: PLANIFICACIÓN COMERCIAL

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN: LA ADAPTACIÓN AL ENTORNO

UNIDAD 2: LA OFICINA COMO UNIDAD DE NEGOCIO

UNIDAD 3: MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL DE UNA OFICINA: Análisis del entorno competitivo: la visión de negocio - La misión: los objetivos - La actuación competitiva

MÓDULO 2: PROGRAMACIÓN DE VENTAS

UNIDAD 1: ELECCIÓN DE SEGMENTOS Y DEFINICIÓN DE CLIENTES OBJETIVO: La regla de PARETO - Quién es cliente

UNIDAD 2: PROSPECCIÓN DE CLIENTES

UNIDAD 3: DEFINICIÓN DE LA OFERTA: MATRIZ PRODUCTO-CLIENTE

UNIDAD 4: VENTA CRUZADA: Inducción de ventas cruzadas

UNIDAD 5: AYUDAS Y SOPORTES PARA LA VENTA: Publicidad Directa - Regalos Promocionales - Merchandising

UNIDAD 6: SINGULARIZACIÓN DE CAMPAÑAS COMERCIALES Y PROGRAMACIÓN DE LA ACCIÓN:- Objetivos - Procedimientos - Recursos - Tiempos

### MÓDULO 3: EJECUCIÓN Y CONTROL DE LA ACCIÓN COMERCIAL

UNIDAD 1: PREVENTA: CONCERTACIÓN DE ENTREVISTAS: Concertación Telefónica - Contactación por carta (Mailing) - Concertación mediante visita - Concertación por prescripción

UNIDAD 2: ANTES DE LA VENTA: Preparación eficaz de entrevistas en la venta proactiva - Antes de la entrevista: los minutos anteriores

UNIDAD 3: VENTA: LA ENTREVISTA O EL CARA A CARA: Toma de contacto y presentación personal - Sondeo o identificación de necesidades. Herramientas básicas en la comunicación - Presentación de la oferta: argumentación - Las objeciones. Su tratamiento - El cierre

UNIDAD 4: POSTVENTA Y SEGUIMIENTO: Ficha de cliente - Control de procesos y de resultados - Seguimiento y control de la venta. Autocontrol del vendedor

### ANEXO 1 - HERRAMIENTAS DE CONTROL PARA LA ENTREVISTA DE VENTAS

CONTENDIO CD:

### MÓDULO 1: FUNCIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DE VENTAS

UNIDAD 1: LA FUNCIÓN DE VENTAS: Concepto de venta - Estructura del proceso de ventas - La venta como momento de la verdad - La venta personal - El proceso de la entrevista - Ideas clave en ventas - La disposición del entorno - Los minutos anteriores - La comunicación no verbal - Inicio-toma de contacto

UNIDAD 2: LOS PRIMEROS MOMENTOS: Primeros momentos ante el cliente - Las preguntas convierten una presentación en una entrevista - Elementos básicos de la comunicación comercial - Comunicación no verbal

UNIDAD 3: INDAGACIÓN DE NECESIDADES: La comunicación - Condicionantes de la comunicación - Desarrollo de la capacidad de la comunicación - Principios de la escucha activa - Elementos básicos de la comunicación comercial - Creación de relaciones

### MÓDULO 2: PROCESO DE GESTIÓN DE VENTAS

UNIDAD 1: PRESENTACIÓN DE BENEFICIOS: Introducción - Argumentos de ventas - Argumentación y proceso de venta

UNIDAD 2: RECONFIGURACIÓN: Introducción - Objeciones

UNIDAD 3: FORMALIZACIÓN DEL VÍNCULO: El cierre - Proceso de cierre - Requisitos para un cierre eficaz

UNIDAD 4: ATENCIÓN AL CLIENTE: Reconocer - Asumir - Informar - Comunicar - Emprender - Solucionar