

# ACTIVIDAD COMERCIAL

## PRESENTACIÓN

¿Conoce la venta y la comunicación como actividad empresarial? ¿Tiene la concepción de la venta como un proceso? ¿Es consciente de la importancia que supone el servicio postventa en los clientes? ¿Sabe que detrás de un vendedor existe una organización con un plan de marketing en la que intervienen factores de gestión y administración de las ventas?

El proceso de venta es una conjunción de actividades en las que está implicado el vendedor y el cliente. Tras el vendedor existe un complejo sistema empresarial que nos lleva a la dirección de la empresa. En este curso contemplaremos estos aspectos ofreciendo una gama de técnicas comerciales para poderlos llevar a cabo.

## OBJETIVOS

- Proporcionar al alumno las técnicas comerciales y de comunicación que deben utilizar en los procesos de venta.
- Ofrecer consejos y técnicas específicas para llevar a buen término cada una de las etapas de la venta, desde la preparación del contacto inicial hasta la consolidación de la venta.
- Analizar el equipo humano de ventas, y los perfiles de sus integrantes: director comercial y vendedores.
- Describir cómo se realizan citas correctamente, preparando el primer contacto, las posibles argumentaciones, las objeciones más frecuentes, etc.
- Formar a los trabajadores en materias que capaciten para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades de concepción y gestión en la introducción a las ventas.
- Dar a conocer las pautas que deben seguirse para realizar correctamente el proceso de comunicación en la venta, actualizando los conocimientos de los empleados sobre este tipo de técnicas.
- Describir las técnicas de comunicación en la venta, que permita a los participantes planificar una negociación adecuadamente.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### 1. EL CONCEPTO DE VENTA Y LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

- 1.1. La venta empresarial y el equipo de ventas
  - 1.1.1. La comunicación interpersonal
- 1.2. Las necesidades del cliente
  - 1.2.1. Inducir las necesidades del cliente
- 1.3. Las cualidades del vendedor
  - 1.3.1. Perfil del vendedor
- 1.4. Las fases del proceso de venta

### 2. EL PROCESO DE VENTA: FASE PREVIA Y DEMOSTRACIÓN

- 2.1. Fase previa
  - 2.1.1. La prospección
- 2.2. La oferta del producto
- 2.3. La demostración
- 2.4. La negociación

### **3. EL PROCESO DE VENTA: OBJECIONES Y CIERRE DE LA VENTA**

- 3.1. La dificultad de las objeciones
  - 3.1.1. La objeción precio
- 3.2. Cierre de la venta
- 3.3. Dificultades y técnicas de cierre

### **4. EL SERVICIO POSTVENTA**

- 4.1. El servicio al cliente
- 4.2. Gestión de quejas y reclamaciones
- 4.3. Seguimiento de la venta
- 4.4. La fidelización por la oferta

### **5. LA DIRECCIÓN COMERCIAL DE VENTAS**

- 5.1. La administración de ventas
- 5.2. La planificación estratégica de ventas
- 5.3. Organización del equipo de ventas
- 5.4. Selección del equipo de ventas
- 5.5. La contratación e integración de los vendedores
- 5.6. La formación en ventas

### **6. LA GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS**

- 6.1. El potencial de marketing
- 6.2. La previsión de ventas
- 6.3. Elaboración de presupuestos
- 6.4. Territorios de ventas
- 6.5. Cuotas de ventas
- 6.6. Valoración del rendimiento de ventas