

VENDEDOR PROFESIONAL

Duración: 4 meses

Modalidad: virtual.

Temario

- **Módulo 1: Introducción a las Ventas**

¿Qué significa Vender?; ¿Porqué es necesario Vender? El rol del vendedor y su función en el Departamento de Ventas. La profesión en el área de ventas. Evolución, definición y organización de la dirección de ventas: objetivos y organización, función del staff. Organización de los departamentos de ventas. El Vendedor: Objetivos, funciones, deberes y responsabilidades. El vendedor como persona. Organización del departamento de Ventas.

- **Módulo 2: La relación entre las ventas y el marketing**

Concepto de Ventas versus concepto de Marketing, similitudes y diferencias. Ventas Personales, relación con Marketing y definición. El mercado, la oferta y la demanda. Influencia del Marketing en las ventas. Plan de Marketing. Merchandising. Importancia y actualidad.

- **Módulo 3: Tipologías y perfil de vendedores y de ventas**

Mercado de bienes de consumo e industriales. Diferencias, venta de servicios, diferencias con la venta de productos. Formas de venta. Tipos de Ventas. Búsqueda, reclutamiento, selección y entrenamiento de vendedores. La imagen del vendedor: clave de su éxito, la importancia de la comunicación en la venta, la expresión oral del vendedor, la expresión corporal del vendedor, la expresión escrita del vendedor.

- **Módulo 4: Técnicas de ventas**

Técnicas de Ventas: Concepto e importancia. Las técnicas más usadas en la actualidad. Otras técnicas de Venta. Técnicas de venta para "No Vendedores". Proceso de Venta y proceso de compra. Estrategias de venta. Que hacer si las ventas han bajado.

- **Módulo 5: El otro protagonista de la venta, el cliente**

¿Qué es un cliente? Tipologías de clientes y estrategias del vendedor. Factores que influyen en el comportamiento de compras del cliente, las necesidades y motivaciones de compra. Principios de Atención al Cliente: Expectativas de clientes: Trato, Problemas y Promesas. Servicio al cliente: definición y ciclos del Servicio. Errores prácticos de la atención al cliente. Estrategias para mejorar y lograr la Lealtad del cliente. Momento de la verdad: definición e importancia. Lealtad de los clientes: definición y características de un cliente leal.

- **Módulo 6: La acción de la venta**

Plan de ventas. La entrevista de ventas: inicio de la entrevista, descubrir las

necesidades del cliente, la presentación de ventas, como tratar las objeciones y contrarrestarlas, el cierre de la venta e inspirar confianza. El argumento de ventas y la demostración. El arte de cerrar las ventas. Técnicas de cierre de Ventas. El seguimiento de la venta. Las acciones Post-Venta.

- Módulo 7: La importancia de la comunicación en las ventas, las ventas telefónicas y el telemarketing

El proceso de comunicación, tipos de comunicación, comunicación verbal y no verbal, la comunicación en las organizaciones, la escucha activa y la retroalimentación, la empatía, atención Telefónica (tips), manejo de quejas y reclamos, manejo del stress. Concepto de Telemarketing, aplicaciones del telemarketing, ventajas e inconvenientes, la atención del cliente en entornos virtuales. Promoción exitosa de un sitio Web, la publicidad en Internet, la satisfacción del cliente en la Web.

- Módulo 8: Técnicas de negociación

La negociación: Concepto de la negociación, ¿Por qué la importancia de la negociación?, finalidades, las fuerzas dinámicas de la negociación, modelos de negociación, factores que inciden en la negociación, etapas de la negociación, los principios fundamentales para negociar, el área y los límites de la negociación. El conflicto como elemento de crecimiento. Las 5 maneras de afrontar el conflicto. Estilos de negociaciones frente al conflicto: Defensivo, Combativo, Diplomático, Estratégico. Impacto de la personalidad en el proceso negociador.