

Curso: Red de Ventas y Presentación de Productos y Servicios

Familia Profesional: Comercio y marketing.

Modalidad: On-line (Teleformación).

Duración: 15 h.

Contenidos:

1. Gestión y motivación de la red de ventas

1.1 Red de ventas:

1.1.1 Sistemas comerciales y red de venta y distribución.

1.1.2 Organización del sistema de ventas

1.1.3 Relaciones entre fabricantes, distribuidores y clientes: Acuerdos comerciales.

1.2 Estilos de liderazgo y persuasión aplicables a la red de ventas:

1.2.1 Selección de la estrategia de liderazgo y habilidades personales

1.2.2 Adaptación del vendedor a situaciones, clientes y productos distintos.

1.3 Técnicas de motivación a vendedores:

1.3.1 Reuniones periódicas

1.3.2 Reconocimiento

1.3.3 Incentivos, comisiones y primas

1.4 Formación a vendedores y prescriptores:

1.4.1 Tareas de los vendedores.

1.4.2 Técnicas de persuasión e información

1.4.3 Redes sociales y marketing.

2. Presentación y venta de productos y servicios

2.1 Proceso de venta:

2.1.1 Fases del proceso de venta

2.1.2 Tipos y clases de venta: Venta directa, indirecta, mayorista, industrial u otras.

2.1.3 La venta personal: características.

2.1.4 Tareas del vendedor.

2.1.5 Descripción del objeto de la venta: productos y servicios

2.2 Argumentarios de ventas:

2.2.1 Según tipos de productos y servicios

2.2.2 Según canales de comercialización.

2.2.3 Objeciones y técnicas de refutación.

2.2.4 Garantías y protección al consumidor.

2.3 Técnicas de presentación de productos y servicio a la red de venta propia y ajena.

2.3.1 El proceso de comunicación en la promoción y venta

2.3.2 Técnicas de comunicación aplicables a la red de ventas.

2.3.3 Aplicaciones informáticas para la presentación de productos y servicios a la venta.