

Estrategia y Acciones de Venta Cruzada

MODALIDAD Teleformación

DURACIÓN 20 H

OBJETIVOS

- Diseñar una estrategia comercial basada en los diferentes tipos de ventas cruzadas para optimizar los beneficios de la empresa.
- Comprender la importancia de las nuevas tecnologías en la aplicación de las ventas cruzadas.
- Conocer las principales herramientas de marketing para lograr conseguir ventas cruzadas.
- Identificar y valorar las bondades de cada tipo de venta y proceso comercial en función de los objetivos comerciales que se quieran lograr.
- Identificar qué tipo de vendedor somos para adecuar las técnicas de venta apropiadas según el momento en el que estemos de la venta cruzada.

CONTENIDOS

UD1. Ventas cruzadas: Cross Selling y Up Selling.

- 1.1. La estrategia comercial de la empresa: cuota de mercado y cuota de cliente.
- 1.2. Ventas cruzadas: cross selling & up selling.
 - 1.2.1 Cross selling.
 - 1.2.2 Up selling.
- 1.3. Las ventas cruzadas como estrategia de fidelización.

UD2. Tecnología aplicada a las ventas cruzadas.

- 2.1. Tecnología aplicada a las ventas cruzadas.
- 2.2. CRM y ERP.
- 2.3. Big Data.
- 2.4. Interactividad.
- 2.5. APP.

UD3. El marketing en las ventas cruzadas.

- 3.1. El marketing en las ventas cruzadas.
- 3.2. Los universos temáticos.
- 3.3. Los cluster.

- 3.4. Los packs.
- 3.5. Las promociones.
- 3.6. Las tarjetas de fidelización.

UD4. Las ventas cruzadas según el proceso comercial.

- 4.1. Las ventas cruzadas según el proceso comercial.
- 4.2. Factores a considerar en el proceso de la venta cruzada.

UD5. Técnicas de venta aplicadas a la venta cruzada.

- 5.1. La importancia del vendedor en las ventas cruzadas: técnicas de venta aplicadas a la venta cruzada.
- 5.2. Tipología y perfil del vendedor.
 - 5.2.1. Funciones del vendedor.
 - 5.2.2. Clasificación del vendedor.
- 5.3. La preventa, la venta y la postventa.
- 5.4. Aplicación de técnicas de venta a la venta cruzada.
 - 5.4.1. Saber preguntar.
 - 5.4.2. Saber escuchar.
 - 5.4.3. Utilizar el lenguaje verbal.
 - 5.4.4. Utilizar el lenguaje no verbal.
 - 5.4.5. Tener persuasión.