

La comunicación comercial

MODALIDAD Teleformación

DURACIÓN 25 H

OBJETIVOS

- Adquirir las técnicas de comunicación necesaria para mantener una relación eficaz en el proceso de venta, aplicándolas a las necesidades de los clientes.
- Conocer pautas que deben seguirse para realizar correctamente el proceso de comunicación en la venta, actualizando los conocimientos de los empleados sobre estas técnicas.
- Adquirir los conocimientos necesarios sobre 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.
- Aprender el proceso comercial a partir de la mejora de la gestión de clientes y la organización de las actividades comerciales de comunicación con los clientes.

CONTENIDOS

UD1. El concepto de venta y la comunicación empresarial.

- 1.1. La venta empresarial como actividad de Marketing.
- 1.2. La venta como proceso.
- 1.3. El equipo y el director de ventas.
- 1.4. La comunicación interpersonal.
- 1.5. La comunicación externa empresarial.

UD2. Identificar las necesidades del cliente (I).

- 2.1. Influencias en el comportamiento del consumidor.
- 2.2. Las necesidades de los clientes.
- 2.3. Tipos de clientes.
- 2.4. Influencias sociales en el comportamiento del cliente.
- 2.5. Las percepciones en el consumidor.
- 2.6. Los motivos de compra.

UD3. Identificar las necesidades del cliente (II).

- 3.1. El cliente ante los mercados masivos.
- 3.2. Motivaciones en las compras entre empresas.
- 3.3. La identificación de las necesidades en los productos.
- 3.4. La oferta del producto por el vendedor.

UD4. Las cualidades del vendedor.

- 4.1. El Vendedor como Comunicador.
- 4.2. Estrategias para crear al Vendedor.
- 4.3. La escucha activa en el Vendedor.
- 4.4. El perfil del Vendedor.
- 4.5. Capacidades ante la venta.