

TÉCNICAS DE VENTAS Y NEGOCIACIÓN CON CLIENTES DIFÍCILES

1. Nivel/etapa al que se dirige la actividad:

Una parte esencial de la mercadotecnia la constituye la generación de estrategias concretas y bien definidas que permitan que el producto (bien o servicio) llegue al mercado satisfaciendo así las necesidades del consumidor final.

Dentro de la mezcla de mercadotecnia encontramos una serie de variables que son: producto, precio, plaza y promoción. Para que se logre una promoción efectiva será necesario recurrir a las ventas como medio de colocación del producto; sin embargo se tiene la falsa idea de que las ventas funcionan de manera empírica y que no requieren de una gran organización, pero si se toma en cuenta que es el mecanismo para llegar al consumidor y obtener una ganancia, se descubre que implican un proceso que deja de lado el azar y la improvisación.

2. Horas de duración:

40 horas.

3. Número máximo de participantes:

ON-LINE.

OBJETIVOS:

- Aprender de técnicas y estrategias de negociación altamente importantes para poder gestionar con clientes difíciles.

CONTENIDO:

UNIDAD DIDÁCTICA 1: ASPECTOS BÁSICOS DE LAS VENTAS

1. El producto
 - Definición de producto
 - Tipos de producto
 - Ciclo de vida del producto
2. El cliente o consumidor
 - Las necesidades del cliente
 - La motivación para consumir
 - El perfil del consumidor
3. El proceso de la administración de las ventas
4. Factores que afectan a las ventas
 - Entorno externo
 - Entorno interno

UNIDAD DIDÁCTICA 2: ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS

1. El departamento de ventas
2. Planificación de las ventas
 - Objetivos de ventas
 - Organización de las ventas
 - Rutas y visitas de ventas
3. Administración de las relaciones con los clientes
 - Del marketing masivo al marketing individualizado
 - Ciclo de administración de las relaciones con los clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 3: EL PROCESO DE LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL

1. Etapa inicial
2. Apertura
3. Presentación y demostración del producto
4. Tratamiento de las objeciones
5. Cierre

UNIDAD DIDÁCTICA 4: TÉCNICAS DE VENTAS

1. Métodos de ventas
 - Venta a distancia
 - Venta personal
 - Venta multinivel
2. Las fases de la venta
 - Localización y calificación de los clientes
 - Acercamiento con el cliente
 - Argumento de ventas
 - Consolidación de la venta
 - Servicio de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5: LA FUERZA DE VENTAS

1. El vendedor
2. Características personales y aptitudes para las ventas
3. Tipos de vendedores
4. Capacitación de la fuerza de ventas
 - Métodos de capacitación de las ventas
 - Medición de costos y beneficios de la capacitación en las ventas
5. Cuotas e incentivos para el vendedor

UNIDAD DIDÁCTICA 6: COMERCIO Y TECNOLOGÍA 105

1. 6.1. El comercio electrónico
2. 6.2. Opciones electrónicas de pago
3. 6.3. Códigos comerciales

UNIDAD DIDÁCTICA 7: COMO NEGOCIAR CON UN CLIENTE DIFÍCIL