

Aprende a comunicarte para vender más

Duración: 60 h

Objetivos

Esta formación desarrolla técnicas de comunicación y comerciales esenciales para optimizar el proceso de venta y fortalecer relaciones con clientes. Se identifican cualidades clave del vendedor profesional, necesidades del consumidor y el flujo de decisiones de compra para influir positivamente en su comportamiento. Destaca la venta como pilar empresarial de conexión entre proveedores, empresas y consumidores, analizando mercados masivos, competencias personales y estrategias de negociación efectivas para maximizar resultados.

TEMARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. El concepto de la venta y la comunicación empresarial

Introducción.

La venta empresarial como actividad de marketing.

La venta como proceso.

El equipo y el director de ventas.

La comunicación interpersonal.

La comunicación externa empresarial.

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Identificar las necesidades del cliente (I)

Introducción.

Influencias en el comportamiento del consumidor.

Las necesidades de los clientes.

Tipos de clientes.

Influencias sociales en el comportamiento del cliente.

Las percepciones del consumidor.

Los motivos de compra.

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Identificar las necesidades del cliente (II)

Introducción.

El cliente ante los mercados masivos.

Motivaciones en las compras entre empresas.

La identificación de las necesidades de los productos.

La oferta del producto por el vendedor.

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Las cualidades del vendedor

Introducción.

El vendedor como comunicador.

Estrategias para crear al vendedor.

La escucha activa en el vendedor:

El perfil del vendedor: cualidades humanas, psíquicas, intelectuales y psicológicas.

Capacidades ante la venta.

Formación base y perfeccionamiento del vendedor:

Evaluación y control de sí mismo.

Técnicas de afirmación de personalidad:

Resumen.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. La comunicación comercial y el proceso de venta

Introducción.

El concepto de venta y la comunicación empresarial.

La identificación de las necesidades del cliente.

Las cualidades del vendedor.

Fases en el proceso de venta:

Seguimiento de la venta.

Resumen.