

VISITA COMERCIAL

Trata sobre el proceso de ventas y la importancia y función que en él desempeñan los profesionales de la venta, estableciendo cómo desarrollar de forma óptima las distintas partes de la visita comercial para lograr la venta de los productos y la fidelización del cliente a la empresa a la que representan.

Se examinan las distintas formas de establecer una relación comercial con los clientes, atendiendo al proceso de comunicación comercial, a la entrevista, a las fases de la venta y al seguimiento para la fidelización del cliente. Finaliza estudiando el concepto de calidad y orientación hacia el cliente.

VISITA COMERCIAL

Se examinan las distintas formas de establecer una relación comercial con los clientes, atendiendo al proceso de comunicación comercial, a la entrevista, a las fases de la venta y al seguimiento para la fidelización del cliente. Finaliza estudiando el concepto de calidad y orientación hacia el cliente.

El entorno comercial

Introduce el concepto de entorno comercial, diferenciando entre lo que es el entorno general y el próximo a la empresa. Seguidamente describe las cualidades que debe tener un comercial y cómo clasificar los tipos de clientes según distintos criterios con el propósito de aplicar las medidas más asequibles para tratar con ellos.

1. El comercio y su entorno.
2. Figura del comercial.
3. Funciones del comercial.
4. Los clientes.

Psicología de la venta

Se analizan qué factores llevan al cliente a realizar una compra y qué puede hacer el comercial para influir en ese proceso de compra del cliente.

1. Necesidades del cliente.
2. Modelos que explican el comportamiento del consumidor.
3. La pirámide de Maslow.
4. El comercial y su relación con el cliente.

La entrevista comercial

Describe las fases que ocurren en una entrevista comercial y cómo debe afrontarla el comercial. Conocer la importancia de cada una de las fases para ponerlas en práctica en el mundo laboral.

1. La venta directa.
2. La credibilidad inicial.
3. El saludo.
4. La primera impresión.
5. La fase de calentamiento.
6. La presentación.
7. Manejo de las objeciones.
8. El cierre.

La comunicación

Se estudia el proceso de comunicación desde un punto de vista general y las cualidades que debe tener un comercial para que esta consiga el objetivo de la venta. Para ello, empleará comunicación verbal y no verbal.

1. Elementos del proceso de comunicación.
2. Interferencias en el proceso de comunicación.
3. Tipos de comunicación.
4. La comunicación verbal.
5. La comunicación no verbal.
6. Actitudes favorecedoras de la comunicación.

La comunicación comercial

Estudia la comunicación pero en el ámbito de la visita comercial, donde el comercial debe ser capaz de detectar las señales que envía el cliente y actuar en consecuencia.

1. Introducción.
2. Pautas a seguir en la comunicación verbal.
3. Pautas a seguir en la comunicación no verbal.

Fases de la venta

Describe las fases de la visita comercial: presentación, determinación de necesidades, argumentación, tratamiento de objeciones, reflexión o autoanálisis y seguimiento. Introduce técnicas para conseguir un resultado positivo.

1. Introducción. 2. Etapa 1: Presentación. 3. Etapa 2: Determinación de necesidades. 4. Etapa 3: Argumentación. 5. Etapa 4: Tratamiento de objeciones. 6. Etapa 5: Cierre o acuerdo. 7. Etapa 6: Reflexión o autoanálisis. 8. Etapa 7: Seguimiento.

Fidelización de clientes

Describe el concepto de fidelización de los clientes y cómo conseguirla. Explica también la clasificación de los clientes atendiendo a este factor. Asimilar el proceso de paso de un cliente esporádico a un cliente fiel.

1. ¿En qué consiste la fidelización? 2. Fidelización y satisfacción del cliente. 3. Las ventajas del cliente fiel. 4. Vinculación con clientes.

Cliente y calidad

Describe el concepto de calidad y cómo lo percibe el cliente. Se estudian algunos métodos o normativas al respecto. Conocer las herramientas necesarias para medir el nivel de calidad.

1. Calidad y orientación hacia el cliente. 2. ¿Qué es la calidad? 3. Medir la calidad.