

# GUÍA DE CONTENIDOS

## DIPLOMADO SUPERIOR EN GESTIÓN COMERCIAL Y DE VENTAS DE PYMES

DURACIÓN: 300 horas



*"formación a tu alcance"*



# MÓDULOS:

1. ELABORACIÓN DE DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA
2. COMERCIO ELECTRÓNICO
3. PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
4. PROMOCIONES COMERCIALES
5. CONCERTACIÓN DE CITAS DE VENTAS
6. EL TELÉFONO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.
7. DETECCIÓN Y ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE
8. PROCESO DE VENTA
9. CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO Y PRESENTACIÓN AL CLIENTE
10. DEMOSTRACIÓN DEL PRODUCTO EN LA VENTA
11. COMPETENCIAS DEL VENDEDOR
12. COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE VENTA
13. COMUNICACIÓN COMERCIAL.
14. NEGOCIACIÓN COMERCIAL
15. DECISIÓN DE COMPRA DEL CLIENTE
16. CIERRE DE LA VENTA
17. SERVICIO POSTVENTA
18. ATENCIÓN EFICAZ DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

# CONTENIDOS:

## 1. ELABORACIÓN DE DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA

## 2. COMERCIO ELECTRÓNICO

- Introducción al comercio electrónico
- La cadena de valor en el comercio electrónico
- Aspectos tecnológicos del comercio electrónico.
- Tipos de comercio electrónico
- Atención al cliente.
- Seguridad en las transacciones. Medios de pago y procesos de cobro.
- Logística y distribución
- consideraciones logísticas y legales

## 3. PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

- Introducción.
- Publicidad
- promoción de ventas
- Merchandising.
- Venta personal
- Publicity
- Relaciones públicas. Marketing directo y relacional

## 4. PROMOCIONES COMERCIALES

- La promoción en el punto de venta
- Merchandising en el punto de venta
- Herramientas
- Elementos
- Criterios de control
- Análisis de resultados

## 5. CONCERTACIÓN DE CITAS DE VENTAS

- Organización y planificación en la venta.
- La prospección.
- Fuentes de información.
- El teléfono.
- El correo o mailing

## 6. EL TELÉFONO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

- La atención telefónica.
- Elementos que intervienen en la venta y compra de forma directa.
- Proceso de comunicación.
- Aspectos externos de gran influencia.
- La televenta a través del teléfono.
- Quejas y reclamaciones.

## 7. DETECCIÓN Y ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

- Introducción.
- Las necesidades de los clientes.
- Tipos de clientes

- Influencias sociales en el comportamiento del cliente
- La influencia de las percepciones en el cliente
- Los motivos de la compra

#### 8. PROCESO DE VENTA

- El concepto de venta y la comunicación empresarial
- El proceso de venta
- El proceso de venta: objeciones y cierre de la venta
- El servicio postventa
- La dirección comercial de ventas
- La gestión comercial de ventas

#### 9. CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO Y PRESENTACIÓN AL CLIENTE

- Aplicaciones del marketing.
- La comunicación en el pequeño comercio.
- Merchandising.
- La animación en el punto de venta.
- Nociones generales sobre escaparates y escaparatismo.
- La realización del escaparate
- La presentación del producto al cliente

#### 10. DEMOSTRACIÓN DEL PRODUCTO EN LA VENTA

- La argumentación..
- La demostración.

#### 11. COMPETENCIAS DEL VENDEDOR

- El vendedor como comunicador
- El perfil del vendedor.
- La responsabilidad y honestidad del vendedor.
- Las funciones del vendedor.

#### 12. COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE VENTA

- Objetivos de la comunicación externa empresarial.
- Tipos de venta
- La venta como proceso
- La comunicación.
- El director y el equipo de ventas

#### 13. COMUNICACIÓN COMERCIAL.

- El concepto de venta y comunicación empresarial.
- La comunicación.
- Identificación de las necesidades del cliente.
- Comportamiento del consumidor y el mercado.
- Las cualidades del vendedor.

#### 14. NEGOCIACIÓN COMERCIAL

- La negociación comercial
- El negociador
- El proceso de negociación comercial
- Desarrollo de la negociación
- Documentación de la negociación

#### 15. DECISIÓN DE COMPRA DEL CLIENTE

- El cliente ante los mercados masivos.
- La desición de compra entre empresas.
- La identificación de las necesidades en los productos.
- La oferta del producto por el vendedor.

#### 16. CIERRE DE LA VENTA

- El cierre de la venta
- Consideraciones previas al cierre de la venta
- Los signos de compra
- Técnicas para el cierre de la venta
- La despedida

#### 17. SERVICIO POSTVENTA

- El servicio al cliente
- Gestión de quejas y reclamaciones
- El seguimiento de la venta
- La fidelización por la oferta

#### 18. ATENCIÓN EFICAZ DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

- Proceso de comunicación.
- Atención al cliente.
- El consumidor.
- Las quejas.
- Técnicas aplicables a las relaciones interpersonales.
- Hojas de reclamación.