

La comunicación comercial

AF: 40063

OBJETIVO

- 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.

ÍNDICE

- 1.0 El concepto de venta y la comunicación empresarial
 - 1.1 La venta empresarial como actividad de marketing
 - 1.2 La venta como proceso
 - 1.2.1 Comunicar la ventaja competitiva
 - 1.3 El director del equipo de ventas
 - 1.4 Tipos de trabajos en ventas
- 2.0 La comunicación
 - 2.1 La comunicación interpersonal
 - 2.2 Dificultades para la comunicación
 - 2.3 La comunicación en la empresa
 - 2.4 La comunicación externa empresarial
 - 2.5 La comunicación publicitaria
 - 2.6 La comunicación en las relaciones públicas
 - 2.7 La comunicación en la promoción de ventas
- 3.0 Identificación de las necesidades del cliente
 - 3.1 Influencias en el comportamiento del consumidor
 - 3.1.2 la teoría de la motivación de Maslow
 - 3.1.3 inducir las necesidades en el cliente
 - 3.2 Tipos de clientes
 - 3.3 Influencias sociales en el comportamiento del cliente
 - 3.4 Las percepciones del consumidor
 - 3.5 Los motivos de compra
 - 3.5.1 Tipos de motivaciones de compra
 - 3.5.2 Generar confianza en el cliente
 - 3.5.3 Técnicas de las preguntas
- 4.0 Comportamiento del consumidor y el mercado
 - 4.1 El cliente antes mercados masivos
 - 4.2 La compra entre empresas
 - 4.3 El producto
 - 4.4 La oferta del producto por el vendedor
- 5.0 Las cualidades del vendedor
 - 5.1 El vendedor como comunicador
 - 5.2 Estrategias para crear al vendedor
 - 5.3 La escucha activa del vendedor
 - 5.3.1 Obstáculos de la escucha activa
 - 5.4 Perfil del vendedor
 - 5.5 Las capacidades de venta

