

Gestión administrativa en el área de ventas



Destinatarios:

- Personas que requieran de formación especializada en materia de técnicas eficaces de ventas, negociación, atención y orientación al cliente.
- Personas que deseen desarrollar nuevas capacidades que les permitan desenvolverse en la Sociedad Digital, no sólo por medio de la adquisición de nuevas habilidades técnicas, sino a través de una mejor comprensión de las oportunidades, los desafíos e, incluso, las cuestiones éticas que plantean las nuevas tecnologías.

Objetivos:

- Adquirir y practicar los conceptos y técnicas adecuados para desarrollar una estrategia eficaz de ventas, mediante la investigación de las condiciones del mercado, la estrategia de consulta y la planificación de soluciones a las necesidades de los clientes.
- Conocer y practicar las técnicas más eficaces para cerrar las ventas de forma satisfactoria, centrándose en los aspectos que más preocupan a los clientes, aprendiendo cómo reconocer las señales de compra, examinando el tratamiento de objeciones y cómo realizar el seguimiento de los clientes.
- Tener en cuenta que en la venta del siglo XXI no sólo basta con vender el producto o servicio sino también una orientación al cliente que garantice su fidelidad y vinculación, contemplando dicha orientación como un objetivo más de planificación comercial y estrategia.
- Contribuir al desarrollo profesional de los participantes, mejorando su empleabilidad mediante aprendizajes funcionales que supongan la adquisición de competencias transversales relevantes para el empleo.
- Inculcar en los participantes la importancia de la comunicación interna y las relaciones interpersonales en las modernas organizaciones.
- Propiciar el desarrollo de las competencias digitales en las personas permitiéndoles interactuar con la tecnología a su alcance, con el fin de lograr la consecución de los resultados y objetivos individuales o de su organización.

Duración:

300 horas

Modalidad:

Teleformación



MÓDULO 1: **Planificación de la acción comercial**

(18 horas)

1. Normas básicas de la planificación comercial.
2. El servicio o venta global.
3. Benchmarking. Matriz DAFO.
4. Metodología de la planificación.

MÓDULO 2: **Técnicas de venta**

(40 horas)

1. Introducción a la venta.
2. La venta consultiva.
3. La fase de preparación.
4. La fase de contacto.
5. La fase de información.
6. La fase de argumentación.
7. La fase de cierre.
8. Observaciones finales.

MÓDULO 3: **Negociación**

(42 horas)

1. El porqué de la negociación.
2. Qué negociar.
3. Cómo negociar.
4. El método Thomas Kilmann.
5. La preparación de la negociación.
6. Fases y tácticas de la negociación.

MÓDULO 4: **Atención y orientación al cliente**

(60 horas)

1. La atención al cliente como ventaja competitiva.
2. El proceso de atención al cliente.
3. Tratamiento de quejas y reclamaciones.
4. El impacto en la imagen de nuestra empresa.
5. La comunicación.
6. Herramientas de comunicación oral.
7. Secuencia de una eficaz relación con los clientes.
8. Situaciones difíciles con los clientes.
9. Necesidad de una nueva concepción.
10. Nuevo enfoque de orientación al cliente.
11. Enfoque de empresa orientada al cliente.
12. Aportación personal en una empresa orientada al cliente.

MÓDULO 5: **Internet, comunicación y negocio**

(15 horas)

1. Conceptos básicos de Internet.
2. La red como canal de comunicación y negocio.



MÓDULO 6:

Buscar

(20 horas)

1. Fuentes de información.
2. Buscadores en Internet.
3. Tipos de buscadores.
4. Funcionamiento de un buscador.
5. Principales plataformas.
6. Búsquedas avanzadas
7. Operadores Booleanos.
8. Nuevos modelos de búsqueda: la Web semántica.

MÓDULO 7:

Integrar y crear

(20 horas)

1. Mapas mentales.
2. Tipos de textos digitales.
3. Diseño de textos digitales.
4. Diseño de imágenes.
5. Tipografías y estilo.
6. Diseño de gráficos e infografías.
7. Gestión de la información.
8. Derechos de autor y legislación de la propiedad intelectual.

MÓDULO 8:

Compartir y coordinar

(20 horas)

1. Presentando la información digitalmente.
2. Comunidades virtuales.
3. Tipos de comunidad según su propósito.
4. Entornos colaborativos.

MÓDULO 9:

Gestionar la reputación digital

(25 horas)

1. Concepto de reputación digital.
2. Concepto de privacidad.
3. Políticas de información y privacidad.
4. Seguridad en Internet.
5. Gestión de la reputación digital personal/empresarial.

MÓDULO 10:

Comunicación interpersonal

(40 horas)

1. Comunicación.
2. Relaciones interpersonales.
3. Negociación.
4. Escribir con eficacia.
5. Comunicación en la era digital.