

## LA ESCUELA DE VENTAS

### CONTENIDOS DEL CURSO

#### MÓDULO 0 VISIÓN PRÁCTICA DE UN VENDEDOR. (SESIÓN INAUGURAL)

- Vender: una profesión.
- Qué es vender.
- Procesos de venta eficientes. Elementos determinantes del éxito. Vender para fidelizar.
- Herramientas comerciales. Nuevas y tradicionales. ¿Cómo conjugarlas para tener éxito?
- Habilidades comerciales. ¿Cuáles dominar en el contexto actual?
- Rol actual del vendedor dentro de la compañía.

**Objetivos: Ofrecer una visión práctica general del contenido total del curso.**

#### MÓDULO 1 MARKETING ESTRATÉGICO Y OPERATIVO: CÓMO APLICARLO A MI ACTIVIDAD DE VENTAS DIARIA.

- Qué es y cómo aplicar el marketing a mi actividad de ventas.
- El marketing en el nuevo mercado.
- Planificación estratégica.
- Investigación/prospección de mercados. Aplicación práctica.
- Situación actual y previsión futura del mercado y el entorno.
- Análisis de clientes.
- Análisis y gestión de productos.
- Análisis y estrategia de precios
- Análisis de la competencia y relación con los competidores: coopectencia y mercados ampliados.
- Análisis interno.
- Segmentación y posicionamiento.
- Factores competitivos.
- La ventaja competitiva del comercial.
- Estrategia empresarial.
- El Plan de Marketing: estrategias y acciones que afectan al vendedor.
- La fidelización de clientes: marketing relacional.
- La relación entre las ventas y el marketing.
- Sistemas de gestión y relación con clientes (CRM).
- Herramientas de gestión empresarial.**Objetivos:** Enseñar a los participantes a utilizar ciertas variables del marketing (estratégico y operativo), entrenarlas a través de casos prácticos, ajustarlas a la actividad y realidad de cada alumno.

**Objetivo: Enseñar a los participantes a utilizar las variables del marketing (estratégico y operativo), entrenarlas a través de casos prácticos, ajustarlas a la actividad y realidad de cada alumno.**

#### MÓDULO 2 COMUNICACIÓN; MARCA Y HERRAMIENTAS DIGITALES.

- Qué es la comunicación y en qué medida afecta a mi empresa.
- Comunicación personal, de marca e institucional.
- Concepto y gestión de marca.
- Cómo gestionar la comunicación empresarial.
- Branding personal.
- Comunicar en público y realizar presentaciones eficientes.
- Herramientas tradicionales de comunicación para vender: medios tradicionales, marketing directo y marketing directo interactivo.
- Internet y redes sociales, cómo utilizarlas.

**Objetivo: Dar a conocer y entrenar al participante en herramientas y tendencias actuales en comunicación que le faciliten su labor de ventas.**

#### MÓDULO 3 PROCESOS DE VENTA EFICIENTES.

- La productividad del vendedor.
- La gestión del tiempo y organización del trabajo: preceptos básicos y herramientas.
- Planificación comercial y dimensionamiento de la actividad comercial.
- Indicadores comerciales.
- La retribución: sistemas de retribución variable y otros métodos de retribución comercial.
- Finanzas básicas para la dirección comercial
- Las fases del proceso de venta.
- Búsqueda de nuevos clientes: herramientas de prospección y fuentes de información.
- El teléfono como herramienta de prospección y venta.
- La venta de citas a través de las herramientas.
- Identificar y profundizar en las necesidades del cliente.
- Presentación de propuestas comerciales.
- Negociación y capacidad de rebatir objeciones.
- Capacidad de desarrollar oportunidades de negocio.
- El seguimiento comercial. Proceso y herramientas.
- El cierre de ventas, el cobro y la postventa.
- La importancia de vender para fidelizar.
- Vender para fidelizar.

**Objetivo: Conocer y entrenar procesos de venta eficientes para vender, ampliar cuota, fidelizar a clientes, adelantarse a la competencia y ser barrera de entrada de competidores. Aprender a dimensionar y medir la actividad comercial y a dirigir equipos comerciales eficientemente.**

#### MÓDULO 4 HABILIDADES COMERCIALES.

- Autoconocimiento y toma de conciencia de habilidades personales.
- Inteligencia emocional aplicada a las ventas.
- Identificación y control de las emociones en el proceso de venta.
- Tratamiento y gestión de las dudas y miedos del comercial.
- Motivación de equipo, automotivación como factores determinantes de éxito comercial
- Resistencia comercial: capacidad de superar el no.
- Trabajar la empatía y la asertividad durante la negociación comercial.
- Desenvolverse exitosamente en público, ante diferentes escenarios y clientes.
- Comunicación no verbal y técnicas eficientes de escucha activa ante la venta.
- Gestión del estrés. Reconocer los factores que provocan estrés dentro de la actividad diaria comercial y aprender a tratarlos de forma efectiva.

**Objetivo: Desarrollar y potenciar las habilidades sociales y comerciales que se producen durante el proceso de venta.**