

ESTRATEGIAS EFICACES DE VENTAS

80 horas

Presentación

En un mercado cada vez más competitivo se hace necesario diferenciarnos de los demás. Es necesario tener un buen producto, pero también lo es el saber venderlo con la mayor estrategia posible. Además de incrementar nuestras ventas, conseguiremos un valor añadido con el cliente.

Algunos autores centran el éxito de la venta en la capacidad psicológica del vendedor, otros en la sistematización del proceso de venta y la observación del mercado. En cualquier caso, las empresas necesitan incrementar su competitividad, en el que el proceso de venta juega un papel primordial.

A lo largo de este curso los alumnos dispondrán de los conocimientos clave para aplicar las estrategias más eficaces de venta y cómo adecuarlas a su producto o cliente, y estarán en condiciones de mantener el interés de compra y fidelizar a nuestro cliente.

Afrontaremos los errores más comunes en la venta y cómo resolver los mismos, erradicando malas técnicas y vicios que se adquieren con el uso y el tiempo.

Todo ello va a permitir una mejora laboral del alumno o su incorporación al mercado laboral.

Contenidos

Módulo 1: Estudio de mercado

- Análisis de los competidores
- La matriz DAFO
- Investigación de los clientes corporativos
- Limitar el campo de posibles clientes

Módulo 2: Desarrollo de soluciones

- Importancia del desarrollo de soluciones
- Encontrando soluciones
- Detección de problemas

Módulo 3: Mostrar los beneficios

- Aspectos clave de un cliente
- La demostración del producto

Módulo 4: Confirmar el interés en el producto

- El interés del cliente en el producto
- La decisión de compra

Módulo 5: Cerrar la venta y hacer un seguimiento

- El cierre de la venta
- El seguimiento de la venta



Objetivos generales

- Adquirir los conceptos y técnicas clave asociados con el estudio del mercado para la elaboración de una estrategia eficaz de ventas.
- Analizar y practicar el desarrollo de una estrategia de consulta a los clientes.
- Conocer y practicar los conceptos y herramientas relacionados con la generación de soluciones a los problemas y necesidades explícitas e implícitas de los clientes.
- Adquirir y practicar los conceptos y técnicas asociados con la presentación de los beneficios del producto para el cliente.
- Analizar y practicar las técnicas adecuadas para confirmar el interés de compra del cliente y tratar adecuadamente sus objeciones.
- Conocer y practicar las técnicas más usuales en el cierre de ventas.

