



Marketing, distribución comercial, 59 aplicada y Fuerza de ventas.

Sku: PS802_PS844

Horas: 70

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Identificar las diferentes técnicas e instrumentos relacionados con el marketing de la empresa y la gestión de la fuerza de ventas
- Identificar y reconocer los aspectos psicológicos fundamentales que condicionan la venta: en el cliente, en el vendedor y en el proceso de venta.

CONTENIDOS

- **Módulo 1. Marketing, distribución y fuerza de ventas.**
 - Tema 1. EL PRODUCTO COMO VARIABLE COMERCIAL
 - El producto piedra angular de la estrategia de marketing.
 - Tipología de productos.
 - Ciclo de vida de los productos.
 - La marca, envase, etiquetado y embalaje.
 - Tema 2. PRECIOS
 - Concepto de precio.
 - Instrumentos para fijar el precio de un producto.
 - Estrategias para aprovechar oportunamente diferentes situaciones de mercado.
 - Tema 3. EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN
 - Funciones de la distribución en el proceso de comercialización.
 - Entornos de utilidad de la distribución comercial.
 - La actividad de distribución comercial como un sistema.
 - Elementos del sistema de distribución comercial.
 - Canales de distribución y distribución comercial.
 - Tema 4. LOS INTERMEDIARIOS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
 - Tipos de agentes de la distribución comercial.
 - Tipos de establecimientos existentes.

- Formas de comercio minorista realizado sin establecimiento.
 - Formas de distribución comercial a que da lugar el asociacionismo comercial.
 - Tema 5. COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN: PUBLICIDAD
 - La comunicación entendida como variable de marketing.
 - Toma de decisiones en las comunicaciones comerciales, masiva y personal.
 - Etapas de programas de publicidad efectivos.
 - Promoción de ventas y las herramientas utilizadas.
 - Relaciones públicas y la comunicación institucional.
 - Tema 6. FUERZA DE VENTAS
 - Diseño del equipo de vendedores.
 - Factores en un plan de ventas.
 - Técnicas y prácticas para organizar y controlar la fuerza de ventas.
 - Principios de la venta personal así como su aplicación en los distintos mercados y situaciones
- **Módulo 2. 59 aplicada a las ventas.**
 - Tema 1. INTRODUCCIÓN A LA 59 DE VENTAS
 - Aspectos fundamentales de la venta.
 - Tema 2. MOTIVACIONES, APTITUDES Y CONOCIMIENTOS DEL VENDEDOR
 - La motivación del vendedor.
 - Las aptitudes y actitudes para la venta.
 - Los conocimientos del vendedor.
 - Como influenciar en los demás.
 - Tema 3. HABILIDADES PERSONALES Y SOCIALES DEL VENDEDOR
 - La comunicación.
 - La asertividad.
 - Los conocimientos del vendedor.
 - Tema 4. 59 DE LA COMPRA Y 59 DEL CLIENTE
 - Factores psicológicos de la compra.
 - 59 del cliente.
 - Tema 5. TÉCNICAS Y PROCESOS DE VENTA
 - Teoría del Análisis Transaccional.
 - Teorías y procesos de la motivación.
 - La entrevista de ventas.
 - Técnicas de cierre.
 - Tema 6. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS
 - Fidelización de clientes.
 - Gestión de clientes.
 - La postventa.