



Procesos de venta

Sku: CT0755

Horas: 37

Formato: HTML

CONTENIDOS

1 Tipos de venta 1.1. La venta presencial y no presencial: similitudes y diferencias 1.2. La venta fría 1.3. La venta en establecimientos 1.4. La venta sin establecimiento 1.5. La venta no presencial: venta telefónica. Internet. catalogo. televenta y otras 2. Fases del proceso de venta 2.1. Aproximación al cliente. desarrollo y cierre de la venta 2.2. Fases de la venta no presencial. Diferencias y similitudes con la venta presencial 3 Preparación de la venta 3.1. Conocimiento del producto 3.2. Conocimiento del cliente 4 Aproximación al cliente 4.1. Detección de necesidades del consumidor 4.2. Clasificación de las necesidades según distintos tipos de criterios 4.3. Hábitos y comportamiento del consumidor: variables internas y externas que influyen en el consumidor 4.4. El proceso de decisión de compra 4.5. Comportamiento del vendedor y consumidor en el punto de venta: perfiles y motivaciones 4.6. Observación y clasificación del cliente 5. Análisis del producto/servicio 5.1. Tipos de productos según el punto de venta y establecimiento 5.2. Atributos y características de productos y servicios: Características técnicas. comerciales y psicológicas 5.3. Características del producto según el CVP (Ciclo de la vida de producto) 5.4. Formas de presentación: envases y empaquetado 5.5. Condiciones de utilización 5.6. Precio. Comparaciones 5.7. Marca 5.8. Publicidad 6. El argumentaría de ventas 6.1. Información del producto al profesional de la venta 6.2. El argumentario del fabricante 6.3. Selección de argumentos de venta