



VISITA COMERCIAL

OBJETIVOS

Conocer el proceso de ventas y la importancia y función que en él desempeñan los profesionales de la venta, estableciendo cómo desarrollar de forma óptima las distintas partes de la visita comercial para lograr la venta de los productos y la fidelización del cliente a la empresa a la que representan.

CONTENIDOS

Visita comercial

El entorno comercial

1. El comercio y su entorno.
2. Figura del comercial.
3. Funciones del comercial.
4. Los clientes.

Psicología de la venta

1. Necesidades del cliente.
2. Modelos que explican el comportamiento del consumidor.
3. La pirámide de Maslow.
4. El comercial y su relación con el cliente.

La entrevista comercial

1. La venta directa.
2. La credibilidad inicial.
3. El saludo.
4. La primera impresión.
5. La fase de calentamiento.
6. La presentación.
7. Manejo de las objeciones.
8. El cierre.

La comunicación

1. Elementos del proceso de comunicación.
2. Interferencias en el proceso de comunicación.
3. Tipos de comunicación.
4. La comunicación verbal.
5. La comunicación no verbal.
6. Actitudes favorecedoras de la comunicación.

La comunicación comercial

1. Introducción.
2. Pautas a seguir en la comunicación verbal.
3. Pautas a seguir en la comunicación no verbal.

Fases de la venta

1. Introducción.
2. Etapa 1: Presentación.
3. Etapa 2: Determinación de necesidades.
4. Etapa 3: Argumentación.
5. Etapa 4: Tratamiento de objeciones.



6. Etapa 5: Cierre o acuerdo.
7. Etapa 6: Reflexión o autoanálisis.
8. Etapa 7: Seguimiento.

Fidelización de clientes

1. ¿En qué consiste la fidelización?
2. Fidelización y satisfacción del cliente.
3. Las ventajas del cliente fiel.
4. Vinculación con clientes.

Cliente y calidad

1. Calidad y orientación hacia el cliente.
2. ¿Qué es la calidad?
3. Medir la calidad.

Consolidación

Importancia de la labor de ventas

1. Introducción.
2. Presentación de Markeserv, Compuserv y Finanserv.

Preparación de la entrevista

1. Importancia de la preparación de la entrevista.
2. Aspectos clave para la preparación de la visita.
3. Herramientas para la entrevista.

Tipos de visita comercial

1. Introducción a los tipos de visita.
2. Las experiencias de los comerciales.
3. Resumen de tipos de visita.

La concertación para la entrevista

1. ¿Qué es la concertación telefónica?
2. Pasos en la concertación telefónica.
3. El argumentario.
4. Objeciones del cliente. Cómo rebatirlas.
5. Claves para ser un concertador efectivo.
6. La ficha de seguimiento.

La fase de acercamiento

1. Qué hay que hacer en el acercamiento.
2. Buscando al interlocutor.
3. Las esperas.

Fases de la entrevista

1. Introducción.
2. Objetivos.
3. Qué es el AIDA.

El primer contacto con el cliente

1. Saludo y toma de contacto.
2. Cómo romper el hielo.
3. Presentación personal, de la empresa y del producto.
4. Resumen de las fases de acercamiento.

Análisis de necesidades

1. Introducción.
2. La técnica de las preguntas.
3. Cómo hacer el análisis de necesidades.
4. La escucha activa.
5. Resumen del análisis de necesidades.



La propuesta comercial y negociación de condiciones

1. Introducción a la propuesta comercial.
2. Presentación del producto.
3. Objeciones del cliente.
4. Argumentación de la venta efectiva.
5. Relación objeciones argumentación.
6. Negociación de condiciones de venta.
7. Resumen de propuesta comercial y negociación de condiciones.

El cierre de la venta

1. Introducción.
2. Señales positivas para el cierre.
3. Tipos de cierre.
4. Resumen del cierre de venta.