

Presentación Curso:

VENDEDOR (TÉCNICAS MODERNAS DE VENTA) - 90 HORAS MODALIDAD E-LEARNING

ORGANISMO TECNICO ACREDITADO POR :



REGISTRO 48573

ORGANISMO TECNICO CERTIFICADO POR :



REGISTRO 524

OTEC INNOVACION CAPACITACIONES EIRL

INDEPENDENCIA Nº 647 OF.108 – Fono: +56932856217 - E-mail: info@innovacioncapacitaciones.cl

CHILLÁN

Temario	
Nombre del curso	VENDEDOR (TÉCNICAS MODERNAS DE VENTA)
Nro. de horas	90 horas pedagógicas
Objetivos del curso	<p>Objetivo General: Al finalizar el curso, los participantes podrán Identificar y manejar los elementos básicos del modelo de venta relacional. Identificar los distintos tipos de clientes, la forma de abordar la relación comercial con cada uno y guiar un proceso de gestión estratégica de la venta..</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer los cambios en el mercado de las ventas al detalle e identificar las razones de estos cambios. 2. Implementar de manera pertinente la estrategia relacional a las ventas 3. Desarrollar un procedimiento estratégico de ventas
Contenidos	<p>Módulo I: ESTRATEGIA DE VENTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de venta • El nuevo mercado de las ventas • Ventas al detalle • El contexto de las ventas en detalle en Chile • Decisiones para las ventas al detalle <p>Módulo II: VENTAS AL DETALLE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas al detalle • Decisiones para las ventas al detalle • Ventas al por Mayor • El contexto de las ventas al por mayor <p>Módulo III: VENTAS AL POR MAYOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas al por mayor • Decisiones para las ventas al por mayor • Tendencias de la venta al por Mayor • Estrategias de precios • Evidencia de precios depredatorios • La logística de mercados a favor de las ventas • Objetivos de la logística de mercados <p>Módulo IV: MARKETING Y VENTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El marketing y las ventas • La teoría de las ventas • El vendedor (¿el personaje más importante de la empresa?) • La percepción en la actividad de ventas • La relación entre marketing y ventas.

Módulo V: EL COMPRADOR

- El camino para avanzar hacia la integración
- Estrategias de venta
- El comportamiento de elección del comprador
- Tipos de comportamientos de decisión de compra
- Tipos de compradores
- El proceso de toma de decisión del cliente
- La estrategia de venta en la fase de reconocimiento de necesidades.

Módulo VI: ESTRATEGIAS DE VENTA

- La estrategia de venta en la fase de reconocimiento de necesidades
- La estrategia en la fase de evaluación de opciones
- Estrategia de cuentas en la fase de resolución de preocupaciones
- Estrategia de cuentas en la fase de implementación

Módulo VII: ESTRATEGIAS DURANTE LA VENTA

- La estrategia de entrada, llegando a los que realmente cuentan
- Los tres puntos de enfoque de una estrategia de entrada
- Desarrollando estrategias de entrada
- ¿Cómo hacer para que los clientes lo necesiten?
- Planeación de preguntas

Módulo VIII: FUERZAS QUE ADECTAN LA DECISION DEL COMPRADOR

- Estrategias para la evaluación de opciones
- Los Objetivos de la Fase de Evaluación de Opciones
- Como los Criterios de Decisión influyen el éxito de una Venta
- Algunos puntos acerca de los Criterios de Decisión
- Influenciando los Criterios de Decisión
- Lograr la diferenciación

Módulo IX: GESTIÓN DE VENTA

- Concepto de gestión
- La Venta como Proceso
- Gestión de Ventas como proceso de administración
- Las Ventas en el Contexto Global
- La Importancia de la Tecnología en la Gestión de Ventas

Módulo X: PLANIFICACION EN LA GESTION DE VENTAS

- Primera etapa en la gestión de ventas: la planificación.
- Objetivos y metas de ventas
- Modelos de proyección de ventas
- Modelos estadísticos

Módulo XI: ORGANIZACIÓN DE LA GESTION DE VENTA

- Canales de comercialización.
- Estrategias de precios.
- Promoción en el lugar de ventas

Módulo XII: MERCHANDISING

	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos del Merchandising • Modelos de comercialización <p>Módulo XIII: MARKETING RELACIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo y cuándo utilizarlo? • Administración de relaciones • La estrategia relacional <p>Módulo XIV: TECNOLOGÍA Y SU APOYO A LAS VENTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La transformación de datos en información • Conociendo al cliente • CRM <p>Módulo XV: CONTROL DE GESTION EN LAS VENTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de productos • Procesos de control • Proceso de control de gestión <p>Módulo XVI: DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE UNA FUERZA DE VENTA</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Vendedor • Definiendo la interacción del comprador y el vendedor • Clasificación de los clientes • Tamaño de la Fuerza de Ventas
Programación del curso	- Inicio del Curso: Verificar fechas de inicio en las publicaciones de las ofertas, en nuestros Fanpage de Facebook.
Valor del curso	\$ 60.000
Valor en OFERTA	\$15.000 (Válido por tiempo limitado)
LO QUE DEBES CONSIDERAR	
<ul style="list-style-type: none"> - Es un curso asincrónico, donde manejas tus tiempos de conexión. - Lo anterior, te permite tomar más de uno. - La matrícula y la certificación son gratis - Las ofertas son válidas por tiempo limitado, infórmate de sobre las fechas de vigencia en nuestro Fanpage de Facebook. - En cada curso se incluye el material de lectura descargable y/o Videos. - Existen Foros donde puedes dejar tus dudas, las cuales serán aclaradas por el tutor del curso. - En cada curso se considera la evaluación, que puede ser una prueba final, pruebas por módulos y/o un trabajo. - Tienes tiempo limitado para responder las pruebas y solo tendrás un intento. - En la calificación, se considera el 60% de aprobación. Se aprueba con nota 4.0 o superior (promedio final). - Dispones de 90 días para realizar el curso. - Certificado disponible inmediatamente para descarga, al completar la totalidad de evaluaciones y aprobar el curso. - Una vez iniciado el curso, no te puedes cambiar a otro. - No hay devolución de dinero por la no participación. - Debes tener una conexión a Internet estable, para la realización de las evaluaciones. 	