

La venta: fundamentos para su gestión

Código: 3496

Estos **Cursos** están compuestos por un pack de formación ideados para desarrollar **Formación Continua** en las modalidades “ **a distancia**” y/u “**on line**”. Los contenidos de nuestros cursos, ajustados a los certificados de Profesionalidad, dan cobertura a un gran número de cualificaciones profesionales. Cada pack de formación se compone de: manual ó temario del alumno, cuaderno de anotaciones, prueba de evaluación y cuestionario de calidad y en su caso CD o DVD o claves para el acceso al aula virtual basada en la plataforma libre más conocida Moodle. Ofrecemos un servicio especializado de tutorías en las modalidades “**a distancia**” y “**on-line**”, por el que más de 100 profesionales cualificados gestionarán su curso formativo, tanto a nivel administrativo y docente, encargándose de:

1. **Tutor personal** por alumno.
2. **Gestión del envío** del temario o manual formativo.
3. **Seguimiento permanente del aprendizaje.**
4. **Resolución de dudas.**
5. Emisión de un **diploma acreditativo.**

➤ **Modalidad: Distancia**

➤ **Duración: Tipo A - de 76 a 85 horas**

➤ **Objetivos:**

Adquirir conocimientos y habilidades referentes a la venta, saber organizar la venta y obtener rendimiento de la gestión de la venta, a través de retribuciones y ventas efectivas gracias a un control exhaustivo sobre los impagados, el proceso de ventas.

➤ **Contenidos:**

Introducción a la gestión comercial en la empresa

El concepto de demanda y sus categorías. El comportamiento de compra. Nociones básicas sobre el concepto de segmentación de mercados. Conceptos esenciales en la gestión comercial. La publicidad: conceptos básicos. Actuaciones de gestión comercial en momentos difíciles.

Introducción a la empresa y venta

Definición de empresa. La empresa como organización. Elementos y funciones de una empresa. Tipos de empresas. El fin social de la empresa. Empresa. Medición de objetivos y cultura empresarial. Introducción al concepto de venta. La empresa y las ventas. Tipos de ventas. Características básicas para ser un buen vendedor. Venta y técnicas de comunicación. Publicidad en el proceso de venta. Las relaciones públicas, su uso en las ventas. Equipo de ventas. Factores determinantes de la compra. Necesidad, motivación y compra. Cualidades, ventajas y prioridades. Cualidades de los productos. Ciclo de vida de los productos.

Marco jurídico legal del comercio

El código de comercio. ¿quién puede ejercer la actividad comercial?. Requisitos para el desarrollo de la actividad comercial. Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios (lgdcu). Órganos reguladores del comercio. La defensa de la competencia. Compendio de leyes básicas para el desarrollo del comercio

¿Qué papel juega el consumidor en el proceso de venta?

Concepto de consumidor. Orígenes del concepto de consumidor. El comportamiento del consumidor. Tipos de consumidor. La decisión de compra. El target group. La segmentación de mercados.

La organización en la venta

¿qué se entiende por territorio de ventas?. Distribución de territorios. Los itinerarios de las ventas: las rutas. Trazado de rutas. Tipos de rutas. ¿cómo concertamos la cita con el cliente?. La planificación del vendedor. Consejos para su optimización.

La administración en las ventas

Preparación de la documentación en la venta. Delimitación del mercado y cumplimiento de los objetivos de venta. Control de ratios. Otros tipos de documentación.

Gestión de la actividad

Gastos de viaje. Gastos del vendedor. Elementos condicionadores de gastos en la venta. Clases y tratamiento de los gastos. Organización y control del vendedor. Control de impagados. Eficacia y eficiencia.

Equipos de ventas y retribuciones

Composición y organización del equipo de ventas y estrategias. Dirección y selección del equipo de ventas. Formación del equipo de ventas. Motivación del equipo de ventas. Métodos de remuneración del equipo de ventas.