

Objetivos

Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distintos de Internet.

Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos.

Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio postventa.

Contenidos

Procesos de venta

Introducción
Tipos de ventas
Fases del proceso de venta
Preparación a la venta
Aproximación al cliente
Análisis del producto/servicio
Argumentario de ventas
Resumen

Aplicación de técnicas de venta

Introducción
Presentación y demostración del producto/servicio
Demostraciones ante un gran número de clientes
Argumentación comercial
Técnicas para la refutación de objeciones
Técnicas de persuasión a la compra
Ventas cruzadas
Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
Técnicas de comunicación no presenciales
Resumen

Seguimiento y fidelización de clientes

Introducción
La confianza y las relaciones comerciales
Estrategias de fidelización
Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing
Aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes (CRM, "Customer Relationship Management")
Resumen

Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta

Introducción
Conflictos y reclamaciones en la venta
Gestión de quejas y reclamaciones
Resolución de reclamaciones
Resumen

