



La comunicación comercial

La comunicación comercial

Duración: 40 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Adquirir las técnicas de comunicación necesaria para mantener una relación eficaz en el proceso de venta, aplicándolas a las necesidades de los clientes. - Conocer pautas que deben seguirse para realizar correctamente el proceso de comunicación en la venta, actualizando los conocimientos de los empleados sobre estas técnicas. - Adquirir los conocimientos necesarios sobre materias que capaciten para desarrollar competencias y cualificaciones en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades de concepción y gestión en la introducción a las ventas. - Aprender el proceso comercial a partir de la mejora de la gestión de clientes y la organización de las actividades comerciales de comunicación con los clientes.

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

- 1.0 El concepto de venta y la comunicación empresarial
- 1.1 La venta empresarial como actividad de marketing
- 1.2 La venta como proceso
 - 1.2.1 Comunicar la ventaja competitiva
- 1.3 El director del equipo de ventas
- 1.4 Tipos de trabajos en ventas

- 2.0 La comunicación
 - 2.1 La comunicación interpersonal
 - 2.2 Dificultades para la comunicación
 - 2.3 La comunicación en la empresa
 - 2.4 La comunicación externa empresarial
 - 2.5 La comunicación publicitaria
 - 2.6 La comunicación en las relaciones públicas
 - 2.7 La comunicación en la promoción de ventas

- 3.0 Identificación de las necesidades del cliente
 - 3.1 Influencias en el comportamiento del consumidor
 - 3.1.2 la teoría de la motivación de maslow
 - 3.1.3 inducir las necesidades en el cliente
 - 3.2 Tipos de clientes
 - 3.3 Influencias sociales en el comportamiento del cliente
 - 3.4 Las percepciones del consumidor
 - 3.5 Los motivos de compra

- 3.5.1 Tipos de motivaciones de compra
- 3.5.2 Generar confianza en el cliente
- 3.5.3 Técnicas de las preguntas

- 4.0 Comportamiento del consumidor y el mercado
- 4.1 El cliente antes mercados masivos
- 4.2 La compra entre empresas
- 4.3 El producto
- 4.4 La oferta del producto por el vendedor

- 5.0 Las cualidades del vendedor
- 5.1 El vendedor como comunicador
- 5.2 Estrategias para crear al vendedor
- 5.3 La escucha activa del vendedor
- 5.3.1 Obstáculos de la escucha activa
- 5.4 Perfil del vendedor
- 5.5 Las capacidades de venta