

Venta directa. Cómo vender más y mejor

Venta directa. Cómo vender más y mejor

Duración: 80 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: A distancia

Objetivos:

· El objetivo que persigue este curso es el aumentar el nivel de ventas, tanto en la cantidad como en la calidad. Dotaremos al alumno de los conocimientos a tener en cuenta tanto en las variables de Marketing, ventas, aptitudes y actitudes que deben tenerse en cuenta en cualquier proceso comercial, haciendo especial énfasis en la acción que representa la venta directa.

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.

© icaformación2026

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, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/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.



© icaformación2026

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:

TEMA 1. Introducción al Marketing y Ventas

¿Qué es el Marketing?

Conceptos Fundamentales del Marketing

Diferencias entre Marketing y Ventas

El Marketing Mix

La Segmentación del Mercado

El Consumidor y sus Necesidades

Análisis de la Competencia

La Ventaja Competitiva

Análisis de los Clientes

La Importancia de la Comunicación

© icaformación2026

Canales de la Comunicación

Relaciones Públicas, Fuerza de Ventas y Marketing Directo

Imagen del Producto y Posicionamiento

Lo que hemos aprendido

Test

MÓDULO 2: Vender

TEMA 2. El Consumidor

La Decisión de Hacer la Compra. Las Necesidades

Las Motivaciones I

Las Motivaciones II. Los Deseos

Tipos de Consumidores

Tipos de Compras: por Impulso, Racional y Sugerida

Determinantes Individuales de la Conducta

Lo que hemos aprendido

Test

TEMA 3. El Proceso de Compra

© icaformación2026

Proceso de Decisión del Comprador

Tipos de Compra

Compra Racional

La Compra por Impulsos

Tipos de Compra por Impulso

Compra Patológica Compulsiva

Lo que hemos aprendido

Test

TEMA 4. Venta y Psicología Aplicada

La Venta

El Vendedor

Perfil Básico del Vendedor

Cualidades del Vendedor

Tipos de Vendedores I

Tipos de Vendedores II

Habilidades y Técnicas del Vendedor I

Habilidades y Técnicas del Vendedor II

© icaformación2026

Técnicas de Venta I

Técnicas de Venta II

Nociones de Psicología Aplicada a la Venta

Consejos Prácticos para Mejorar la Comunicación

Actitud y Comunicación No Verbal

Lo que hemos aprendido

Test

TEMA 5. Motivaciones Profesionales y Comunicación

Motivación y Comportamiento

Teorías de la Motivación

Proceso de la Motivación

La Motivación en el Entorno Laboral

La Satisfacción en el Trabajo

Otras Técnicas de Motivación

La Remuneración Comercial

Lo que hemos aprendido

Test

TEMA 6. Medios de Comunicación

El Proceso de Comunicación

© icaformación2026

La Estructura del Mensaje

Fuentes de Información

El Lenguaje Corporal I

El Lenguaje Corporal II

La Sonrisa. Nuestra Imagen

Lo que hemos aprendido

Test

TEMA 7. Evaluación de Si Mismo. Técnicas de Personalidad

Inteligencias Múltiples I

Inteligencias Múltiples II

Inteligencia Emocional

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Autoestima I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Autoestima II

Técnica de Afirmación de la Personalidad. El Autorespeto I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. El Autorespeto II

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Asertividad I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Asertividad II

Lo que hemos aprendido

© icaformación2026

Test

TEMA 8. La Venta y su Desarrollo. Información e Investigación sobre el Cliente

Metodología que debe Seguir el Vendedor

El Precontacto. La Organización

El Precontacto. Preparación de la Entrevista I

El Precontacto. Preparación de la Entrevista II

Ejemplo de una Preparación en la Información e Investigación

Lo que hemos aprendido

Test

TEMA 9. La Venta y su Desarrollo. El Contacto

La Presentación

Cómo Captar la Atención

Formas de Captar la Atención. El Saludo

Formas de Captar la Atención. Despertar el Interés

La Argumentación

Las Contra Objeciones

La Demostración

La Negociación

© icaformación2026

Tipos de Negociaciones

Lo que hemos aprendido

Test

TEMA 10. El Cierre de la Venta. La Postventa

Estrategias para Cerrar la Venta

Clases de Clientes y Cómo Tratarlos

Los Clientes Difíciles

Técnicas y Tipos de Cierre

Técnicas de Cierre para Clientes Difíciles

Cómo Ofrecer un Excelente Servicio de Post-Venta

Lo que hemos aprendido

Test

TEMA 11. Vender

Vender Satisfaciendo Necesidades

Proceso de Venta Consultiva

Acción y Emoción en la Venta

El Arte de Preguntar I

© icaformación2026

El Arte de Preguntar II

Reflexión y Autoanálisis

Lo que hemos aprendido

Test

MÓDULO 3: Satisfacer y Fidelizar

TEMA 12. Satisfacción de las Necesidades de los Clientes

Introducción

La Satisfacción de las Necesidades de los Clientes

Las Necesidades de los Clientes

Segmentación de Mercados y Segmentación de Clientes

Tipos de Clientes

Otras Clasificaciones de Tipos de Clientes

La Prueba del Ácido para un Segmento

El Paso Siguiente: Marketing One to One

El Database Marketing. Estructuración y Requisitos

CRM o Gestión de las Relaciones con los Clientes

© icaformación2026

Cauterización de Clientes

Captación de Nuevos Clientes. Fases

Lo que hemos aprendido

Test

TEMA 13. El Cuidado de los Clientes Existentes

Valor y Satisfacción de los Clientes Existentes

Decálogo para la Atención Satisfactoria de Clientes

Valor Integral Neto (VIN) del Cliente

Creación de Vínculos con los Clientes

Fidelización y Retención de Clientes ya Existentes

El Marketing Experiencial

Lo que hemos aprendido

Test

© icaformación2026