

MÓDULO 1: Atraer

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

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

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

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

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

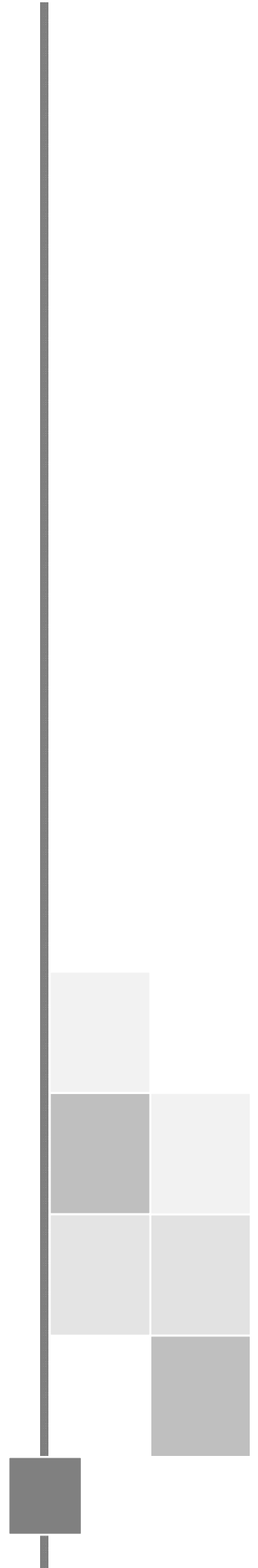
Técnica de Afirmación de la Personalidad. El Autorespeto II

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Asertividad I

Técnica de Afirmación de la Personalidad. La Asertividad II

Lo que hemos aprendido

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

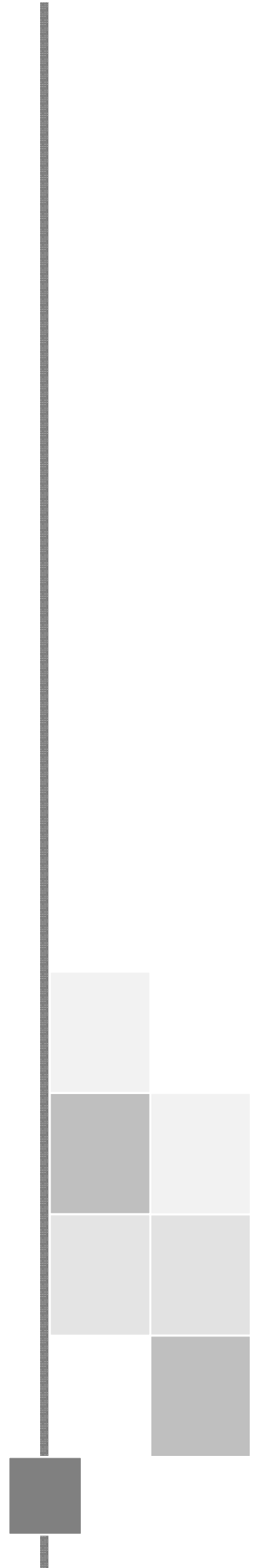
La Presentación
Cómo Captar la Atención
Formas de Captar la Atención. El Saludo
Formas de Captar la Atención. Despertar el Interés
La Argumentación
Las Contra Objeciones
La Demostración
La Negociación
Tipos de Negociaciones
Lo que hemos aprendido
Test

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
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

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

Glosario

Bibliografía

