



## GESTIÓN COMERCIAL



## Objetivos

- Analizar el equipo humano de ventas, y los perfiles de sus integrantes: director comercial y vendedores.
- Dar a conocer las pautas que deben seguirse para realizar correctamente el proceso de comunicación en la venta, actualizando los conocimientos de los empleados sobre este tipo de técnicas.
- Describir cómo se realizan citas correctamente, preparando el primer contacto, las posibles argumentaciones, las objeciones más frecuentes, etc.
- Describir las técnicas de comunicación en la venta, que permita a los participantes planificar una negociación adecuadamente.
- Formar a los trabajadores en 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.
- Ofrecer consejos y técnicas específicas para llevar a buen término cada una de las etapas de la venta, desde la preparación del contacto inicial hasta la consolidación de la venta.
- Proporcionar al alumno las técnicas comerciales y de comunicación que deben utilizar en los procesos de venta.
- Aprender la importancia de la comunicación en el servicio de cara a la satisfacción del consumidor y de los empleados que prestan el servicio.
- Conocer la importancia de la calidad en el servicio y las exigencias del cliente.
- Conocer las estrategias del servicio para los distintos tipos de servicios.
- Conocer las normas de calidad en el servicio.
- Conocer los conceptos de calidad y servicio, así como las características de los distintos servicios y las empresas de alto rendimiento.
- Conocer la importancia del servicio posventa como medio para aumentar las ventas a través de la satisfacción, la seguridad y la fidelización.
- Gestionar un servicio posventa eficaz que asegure un alto porcentaje de clientes satisfechos, así como un alto número de clientes recuperados.
- Aprender cuáles son los principales documentos relacionados con las operaciones de compra - venta.
- Calcular un PVP y conocer los métodos que se emplean para la fijación de precios.
- Conocer los principales elementos del contrato de compra-venta y sus características.
- Habitarse a utilizar un procesador de texto para elaborar la documentación comercial.
- Redactar correctamente un documento comercial, tanto de venta como de cobro y pago.

# Contenido

## MÓDULO 1. GESTIÓN COMERCIAL

### 1. El Concepto de Venta y la Comunicación Empresarial

- 1.1. La venta empresarial y el equipo de ventas
- 1.2. Las necesidades del cliente
- 1.3. Las cualidades del vendedor
- 1.4. Las fases del proceso de venta

### 2. El Proceso de Venta: Fase Previa y Demostración

- 2.1. Fase previa
- 2.2. La oferta del producto
- 2.3. La demostración
- 2.4. La negociación

### 3. El Proceso de Venta: Objeciones y Cierre de la Venta

- 3.1. La dificultad de las objeciones
- 3.2. Cierre de la venta
- 3.3. Dificultades y técnicas de cierre

### 4. El Servicio Postventa

- 4.1. El servicio al cliente
- 4.2. Gestión de quejas y reclamaciones
- 4.3. Seguimiento de la venta
- 4.4. La fidelización por la oferta

### 5. La Dirección Comercial de Ventas

- 5.1. La administración de ventas
- 5.2. La planificación estratégica de ventas
- 5.3. Organización del equipo de ventas
- 5.4. Selección del equipo de ventas
- 5.5. La contratación e integración de los vendedores
- 5.6. La formación en ventas

### 6. La Gestión Comercial de Ventas

- 6.1. El potencial de marketing
- 6.2. La previsión de ventas
- 6.3. Elaboración de presupuestos
- 6.4. Territorios de ventas
- 6.5. Cuotas de ventas
- 6.6. Valoración del rendimiento de ventas

## MÓDULO 2. CALIDAD EN EL SERVICIO

### PARTE 1

#### 1. Calidad y Servicio: Conceptos Básicos

- 1.1. La Calidad
- 1.2. El Servicio

## **2. La Importancia de la Calidad en el Servicio**

- 2.1. La exigencia del cliente
- 2.2. El cliente: aspectos a destacar
- 2.3. La percepción de la calidad
- 2.4. Gestión de la calidad total

## **3. Gestión de la Calidad en el Servicio**

- 3.1. ¿Por qué son diferentes las empresas de servicios?
- 3.2. Dificultades para gestionar la calidad en el servicio
- 3.3. Coste de calidad y falta de calidad
- 3.4. Gestión de la calidad: Asunto de método
- 3.5. Ejemplos de “no calidad”
- 3.6. Un ejemplo práctico de mala calidad en el servicio: la camarera.

## **4. Las Estrategias del Servicio**

- 4.1. El cliente es el rey
- 4.2. Estrategias

## **5. La Comunicación del Servicio**

- 5.1. Características de la comunicación
- 5.2. Todo es comunicación en el servicio

## **6. Las Normas de Calidad en el Servicio**

- 6.1. Normas de calidad

## **PARTE 2**

### **1. Calidad y Servicio: Aspectos Generales**

- 1.1. Calidad y servicio: gestión de la calidad
- 1.2. El cliente y su percepción del servicio
- 1.3. Las empresas de servicios
- 1.4. Estrategias de las empresas de servicios
- 1.5. La comunicación y las normas de calidad

### **2. La Caza de Errores**

- 2.1. Hacerlo bien a la primera
- 2.2. El cero defectos
- 2.3. El papel del director de calidad
- 2.4. Un proyecto de calidad
- 2.5. Instrumentos para la caza de errores

### **3. Medir la Satisfacción del Cliente**

- 3.1. La calidad que presta la empresa y la que percibe el cliente
- 3.2. Satisfacción del consumidor: conceptos básicos

### **4. ¿Cómo Lanzar un Programa de Calidad?**

- 4.1. Introducción
- 4.2. Diagnóstico
- 4.3. La búsqueda de cero defectos
- 4.4. Reconsideración del servicio prestado
- 4.5. El nivel de excelencia para cada rama del servicio

## **5. El Teléfono**

- 5.1. El teléfono como atención al público
- 5.2. Preparación técnica
- 5.3. Preparación táctica
- 5.4. Técnicas del uso del teléfono
- 5.5. Recomendaciones al hablar por teléfono

## **6. Ejemplos de Mala Calidad en el Servicio**

- 6.1. Ejemplos de mala calidad en el servicio

## **MÓDULO 3. EL SERVICIO POST VENTA**

### **1. El Servicio al Cliente**

- 1.1. La necesidad del servicio al cliente
- 1.2. Dar respuesta a las expectativas del cliente
- 1.3. El servicio de posventa - Técnicas

### **2. Gestión de Quejas y Reclamaciones**

- 2.1. Las quejas como estrategia de fidelización
- 2.2. Pasos para tratar las quejas
- 2.3. El tratamiento de las reclamaciones por escrito
- 2.4. Incidencia de las quejas y reclamaciones en la empresa

### **3. El Seguimiento de la Venta**

- 3.1. El seguimiento como corrección de problemas
- 3.2. Tipos de seguimiento

### **4. La Fidelización por la Oferta**

- 4.1. La diferenciación por la oferta
- 4.2. Promover la diferencia

## **MÓDULO 4. DOCUMENTOS Y HERRAMIENTAS BÁSICAS EN LA COMPRA-VENTA**

### **1. Documentos Propios de la Compraventa**

- 1.1. El contrato de Compra-Venta
- 1.2. Documentos relacionados con el cobro y pago

### **2. Normativa y Usos Habituales en la Elaboración de Documentación Comercial**

### **3. Orden de Pedido. Factura. Recibo**

- 3.1. Orden de pedido
- 3.2. Factura
- 3.3. Recibo

### **4. Cálculo del PVP: Márgenes y Descuentos**

- 4.1. Técnicas de fijación de precios
- 4.2. Cálculo del PVP
- 4.3. Descuentos

## **5. Procesadores de Textos Aplicados a la Venta**

### **6. Utilización del TPV**

- 6.1. Software
- 6.2. Hardware
- 6.3. TPV Virtual

