

- 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.

## **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