Comunicación Comercial

UD1. El concepto de venta y la comunicación empresarial.

1.1. La venta empresarial como actividad de Marketing.
1.2. La venta como proceso.
1.3. El equipo y el director de ventas.
1.4. La comunicación interpersonal.
1.5. La comunicación externa empresarial.

UD2. Identificar las necesidades del cliente (I).

2.1. Influencias en el comportamiento del consumidor.
2.2. Las necesidades de los clientes.
2.3. Tipos de clientes.
2.4. Influencias sociales en el comportamiento del cliente.
2.5. Las percepciones en el consumidor.
2.6. Los motivos de compra.

UD3. Identificar las necesidades del cliente (II).

3.1. El cliente ante los mercados masivos.
3.2. Motivaciones en las compras entre empresas.
3.3. La identificación de las necesidades en los productos.
3.4. La oferta del producto por el vendedor.

UD4. Las cualidades del vendedor.

4.1. El Vendedor como Comunicador.
4.2. Estrategias para crear al Vendedor.
4.3. La escucha activa en el Vendedor.
4.4. El perfil del Vendedor.
4.5. Capacidades ante la venta.