

DEPENDIENTE DE COMERCIO

INDICE:

1 La comunicación

- 1.1 Introducción
- 1.2 La comunicación
- 1.3 El proceso de comunicación
- 1.4 La comunicación en la venta
- 1.5 Cuestionario: La comunicación

2 La comunicación oral y no verbal

- 2.1 La comunicación oral
- 2.2 Características principales de la comunicación oral
- 2.3 Normas para la comunicación oral efectiva
- 2.4 Reglas para hablar bien en público
- 2.5 Reglas para hablar por teléfono
- 2.6 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
- 2.7 Caso práctico Tema 2
- 2.8 Cuestionario: La comunicación oral y no verbal

3 La comunicación escrita

- 3.1 La comunicación escrita
- 3.2 Normas para una buena comunicación escrita
- 3.3 Confección de una carta comercial
- 3.4 Tipos de cartas comerciales
- 3.5 Medios empresariales más usados en las comunicaciones
- 3.6 Caso práctico Tema 3
- 3.7 Cuestionario: La comunicación escrita

4 El producto como elemento de la venta

- 4.1 Introducción
- 4.2 Cualidades de los productos
- 4.3 Importancia del conocimiento del producto
- 4.4 Clasificación de los productos
- 4.5 Ciclo de vida del producto
- 4.6 Caso práctico Tema 4
- 4.7 Cuestionario: El producto como elemento de la venta

5 El nuevo vendedor profesional

- 5.1 Introducción
- 5.2 Clases de vendedores
- 5.3 Los conocimientos del vendedor
- 5.4 Motivación y destreza
- 5.5 Análisis del perfil del vendedor
- 5.6 El panel del vendedor
- 5.7 Cuestionario: El nuevo vendedor profesional

6 La venta y el marketing

- 6.1 Introducción
- 6.2 El proceso de decisión de compra

- 6.3 El consumidor como sujeto de la venta
- 6.4 El comportamiento del consumidor
- 6.5 Necesidades y motivaciones de compra
- 6.6 Análisis de los diferentes tipos de clientes
- 6.7 Cuestionario: La venta y el marketing

7 Técnicas de venta

- 7.1 Introducción
- 7.2 La entrevista
- 7.3 Contacto y presentación
- 7.4 Sondeo
- 7.5 Argumentación
- 7.6 La entrevista
- 7.7 Material de apoyo
- 7.8 Las objeciones
- 7.9 Tratamiento de las objeciones
- 7.10 El cierre de la venta
- 7.11 Cuestionario: Técnicas de venta

8 Introducción a la gestión de stocks

- 8.1 Conceptos básicos de aprovisionamiento stocks
- 8.2 Definición y aspectos básicos del stock
- 8.3 Nivel de servicio y coste de ruptura del stock
- 8.4 El stock de seguridad
- 8.5 Cuestionario: Introducción a la gestión de stocks

9 Características y hábitos del consumidor habitual

- 9.1 Introducción
- 9.2 Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial
- 9.3 Tipos de compras
- 9.4 Principales instrumentos de conocimiento del consumidor
- 9.5 Cuestionario: Características y hábitos del consumidor habitual

10 La fachada del punto de venta

- 10.1 Introducción
- 10.2 La fachada
- 10.3 El escaparate
- 10.4 Señalización exterior
- 10.5 Cuestionario: La fachada del punto de venta

11 El espacio de venta

- 11.1 Introducción
- 11.2 Definición de las secciones
- 11.3 Las zonas en la sala de ventas
- 11.4 Localización de las secciones
- 11.5 La elección del mobiliario
- 11.6 Cuestionario: El espacio de venta
- 11.7 Cuestionario: Cuestionario final

ATENCIÓN AL CLIENTE

1 Qué significa Servicio al Cliente

- 1.1 Las motivaciones empresariales
- 1.2 La empresa orientada hacia el cliente
- 1.3 Coste de un mal servicio al cliente
- 1.4 Significados de Servicio al Cliente
- 1.5 Cuestionario: Qué se entiende por servicio al cliente

2 Tipos de clientes

- 2.1 El cliente en la cadena de abastecimiento
- 2.2 El cliente interno
- 2.3 Organizaciones sin clientes
- 2.4 Cuestionario: Tipos de clientes

3 Tipos de servicios

- 3.1 Definición de servicio
- 3.2 El servicio al cliente
- 3.3 Las actividades del servicio al cliente
- 3.4 El servicio al cliente y la calidad
- 3.5 El cliente y el consumidor
- 3.6 Empresas que dan servicio al cliente
- 3.7 Ideas para reflexionar - Servicio al Cliente
- 3.8 Cuestionario: Tipos de servicios

4 Fases del servicio al cliente

- 4.1 Fases
- 4.2 Investigación de mercado
- 4.3 La situación de pre-pedido
- 4.4 La compra y el pedido
- 4.5 El período de tiempo entre el pedido y la entrega
- 4.6 Embalaje y presentación
- 4.7 Exactitud, compleción y adecuación de las entregas
- 4.8 Realización de cobros
- 4.9 Servicio o apoyo posventa
- 4.10 Tratamiento de las reclamaciones
- 4.11 Ideas para reflexionar - Fases del servicio al cliente
- 4.12 Cuestionario: Fases del servicio al cliente

5 Fallos en la atención al cliente

- 5.1 Atención directa
- 5.2 Actitudes sociales
- 5.3 El argumento sexista
- 5.4 Otros factores
- 5.5 Fallos de la Dirección
- 5.6 Falta de formación
- 5.7 Ausencia de una estructura de personal
- 5.8 Problemas en las relaciones empresariales
- 5.9 Estructura empresarial - monopolios
- 5.10 Ideas para reflexionar - Fallos en la atención al cliente
- 5.11 Cuestionario: Fallos en la atención al cliente

6 Cara a cara. Servir con una sonrisa

- 6.1 Introducción. Problemas de la atención directa
- 6.2 El respeto como norma
- 6.3 Actuaciones positivas y negativas en el trato cara a cara
- 6.4 Cuándo y cómo empezar
- 6.5 Cómo actuar
- 6.6 Ofrecer información y ayuda
- 6.7 Ideas para reflexionar - La atención directa
- 6.8 Cuestionario: Cara a cara. Servir con una sonrisa

7 Cara a cara. El cliente difícil

- 7.1 Introducción. Diversidad de clientes
- 7.2 Tenemos los clientes que nos merecemos
- 7.3 El cliente aparentemente difícil
- 7.4 El rechazo visceral
- 7.5 El cliente verdaderamente difícil
- 7.6 Problemas de carácter permanente
- 7.7 La relación imposible
- 7.8 Ideas para reflexionar - El cliente difícil
- 7.9 Cuestionario: Cara a cara. El cliente difícil

8 La carta

- 8.1 Los efectos de la tecnología
- 8.2 Algunas pautas
- 8.3 Cómo contestar
- 8.4 Cuidar las formas
- 8.5 Cuidar el lenguaje
- 8.6 Rigurosidad
- 8.7 Finalizar la carta. Firma y envío
- 8.8 Ideas para reflexionar - La carta
- 8.9 Cuestionario: La carta
- 8.10 Cuestionario: Cuestionario final Atención al cliente

TÉCNICAS DE VENTAS

1 Aspectos básicos de la venta

- 1.1 El proceso de compra-venta
- 1.2 Motivaciones de compra-venta
- 1.3 El vendedor
- 1.4 Personalidad del vendedor
- 1.5 Vídeo Resumen
- 1.6 Aplicaciones Prácticas
- 1.7 Cuestionario: Aspectos básicos de la venta

2 La planificación

- 2.1 Errores y soluciones
- 2.2 Qué es planificación
- 2.3 Vídeo Resumen

2.4 Aplicaciones Prácticas

2.5 Cuestionario: La planificación

3 La comunicación

3.1 Fases de la comunicación

3.2 Problemas de la comunicación

3.3 Personalidades de los actores de la comunicación

3.4 Interacción de caracteres

3.5 Comportamientos

3.6 Vídeo Resumen

3.7 Aplicaciones Prácticas

3.8 Cuestionario: La comunicación

4 Contacto o aproximación

4.1 El contacto. Métodos de contacto

4.2 Ejemplo de contacto o aproximación

4.3 Técnica de preguntas

4.4 Puntos clave en la etapa de contacto

4.5 Orden en el contacto

4.6 Vídeo Resumen

4.7 Aplicaciones Prácticas

4.8 Cuestionario: Contacto o aproximación

5 Presentación y demostración

5.1 La presentación

5.2 Presentación efectiva

5.3 La demostración

5.4 La demostración efectiva

5.5 Elementos de demostración

5.6 Vídeo Resumen

5.7 Aplicaciones Prácticas

5.8 Cuestionario: Presentación y demostración

6 Las objeciones I

6.1 Sentido de las objeciones

6.2 El vendedor y las objeciones

6.3 Tipos de objeciones

6.4 Tratamiento de las objeciones

6.5 Descripción de objeciones

6.6 Vídeo Resumen

6.7 Aplicaciones Prácticas

6.8 Cuestionario: Las objeciones I

7 Las objeciones II

7.1 Descripción de objeciones

7.2 Vídeo Resumen

7.3 Aplicaciones Prácticas

8 Técnicas frente a las objeciones

8.1 Normas generales frente a las objeciones

8.2 Objeción - apoyo

8.3 Descubrir la verdadera objeción

- 8.4 Conformidad y contraataque
- 8.5 Prever la objeción
- 8.6 Retrasa la respuesta
- 8.7 Negación de la objeción
- 8.8 Admisión de la objeción
- 8.9 Vídeo Resumen
- 8.10 Aplicaciones Prácticas
- 8.11 Cuestionario: Técnicas frente a las objeciones

9 El cierre de la venta

- 9.1 Señales del cliente
- 9.2 Técnicas de cierre
- 9.3 Cierres de remate
- 9.4 Vídeo Resumen
- 9.5 Aplicaciones Prácticas
- 9.6 Cuestionario: El cierre de la venta

10 Otros modelos de ventas

- 10.1 Venta a grupos
- 10.2 Planificación de las ventas
- 10.3 Actuación de participantes
- 10.4 Venta de puerta fría
- 10.5 Normas generales
- 10.6 Teléfono y correo
- 10.7 Vídeo Resumen
- 10.8 Aplicaciones Prácticas
- 10.9 Cuestionario: Cuestionario final

ADMINISTRATIVO COMERCIAL

1 Ubicación profesional en el mercado de trabajo

- 1.1 La Empresa
- 1.2 La Empresa II
- 1.3 Técnicas de búsqueda al empleo público I
- 1.4 Técnicas de búsqueda al empleo público II
- 1.5 Técnicas de búsqueda al empleo privado I
- 1.6 Técnicas de búsqueda al empleo privado II
- 1.7 Técnicas de búsqueda al empleo privado III

2 Técnicas administrativas de oficina

- 2.1 La empresa Organización y comunicaciones
- 2.2 Medios actuales de comunicación I
- 2.3 Medios actuales de comunicación II
- 2.4 Las comunicaciones internas y externas en la empresa
- 2.5 Servicios administrativos y las comunicaciones
- 2.6 Compras y ventas Almacén I
- 2.7 Compras y ventas Almacén II
- 2.8 La letra de cambio
- 2.9 El cheque

2.10 El Contrato

3 Técnicas de secretariado Comunicación escrita

- 3.1 Oficinas Elementos ambientales
- 3.2 El Archivo
- 3.3 El Orden de la Información
- 3.4 Correo en la Empresa
- 3.5 La Correspondencia Comercial
- 3.6 Carta Comercial Presentación
- 3.7 Carta Comercial Contenido I
- 3.8 Carta Comercial Contenido II
- 3.9 Carta Comercial Tipos 1 I
- 3.10 Carta Comercial Tipos 1 II
- 3.11 Carta Comercial Tipos 1 III
- 3.12 Carta Comercial Tipos 1 IV
- 3.13 Carta Comercial Tipos 1 V
- 3.14 Comunicaciones Breves
- 3.15 Comunicaciones de Regimen Interior

4 Técnicas administrativas de aprovisionamiento

- 4.1 Técnicas Administrativas de Aprovisionamiento
- 4.2 Ubicación I
- 4.3 Ubicación II
- 4.4 Ubicación III
- 4.5 Ubicación IV
- 4.6 Ubicación V
- 4.7 Almacenaje I
- 4.8 Almacenaje II
- 4.9 Almacenaje III
- 4.10 Nociones generales de transporte
- 4.11 Los Almacenes I
- 4.12 Los Almacenes II
- 4.13 Conceptos de material y de servicio I
- 4.14 Conceptos de material y de servicio II
- 4.15 Los Materiales I
- 4.16 Los Materiales II
- 4.17 Los Materiales III
- 4.18 El Proceso Logístico I

5 Técnicas de administración comercial

- 5.1 Gestión Administrativa del Departamento Comercial I
- 5.2 Gestión Administrativa del Departamento Comercial II
- 5.3 Aplicación del cálculo comercial en la venta I
- 5.4 Aplicación del cálculo comercial en la venta II

6 Técnicas de relación comercial

- 6.1 La Comunicación
- 6.2 El Problema de la imagen en el comercio
- 6.3 La Voz I
- 6.4 La Voz II
- 6.5 Las Reclamaciones
- 6.6 La función de Marketing en la empresa I

- 6.7 La función de Marketing en la empresa II
- 6.8 El Mercado
- 6.9 El Producto
- 6.10 El Precio
- 6.11 La Distribución
- 6.12 La Promoción y la Publicidad
- 6.13 Aspectos Básicos de la Venta
- 6.14 La Planificación
- 6.15 Técnicas frente a las objeciones
- 6.16 El Cierre de la venta
- 6.17 Cuestionario: Cuestionario final Administrativo comercial

ESCAPARATISMO

1 Principios básicos del escaparatismo

- 1.1 Introducción
- 1.2 Aspectos generales en la elaboración de un escaparate
- 1.3 Principios básicos en el montaje de un escaparate
- 1.4 Características fundamentales que debe reunir un escaparate
- 1.5 Principios de composición
- 1.6 Ejercicio de reflexión
- 1.7 Cuestionario: Principios básicos de escaparatismo

2 Objetivos Comerciales del Escaparate

- 2.1 Introducción
- 2.2 Misión del escaparate
- 2.3 Finalidad del escaparate
- 2.4 Ejercicio de reflexión
- 2.5 Cuestionario: Objetivos comerciales del escaparate

3 Historia del Escaparatismo

- 3.1 Definición y clasificación de necesidad
- 3.2 Orígenes
- 3.3 El pasado del escaparatismo
- 3.4 El presente del escaparatismo
- 3.5 Cuestionario: Historia del escaparatismo

4 La percepción sensitiva

- 4.1 El modelo de la comunicación
- 4.2 Mensaje que debe transmitir el escaparate
- 4.3 El principio del umbral de percepción diferencial
- 4.4 El proceso de percepción
- 4.5 Introducción a la percepción sensitiva
- 4.6 Cómo captar la atención
- 4.7 Ejercicio de reflexión
- 4.8 Cuestionario: La percepción sensitiva

5 Principios básicos de la comunicación en el punto de venta

- 5.1 Principios básicos de la comunicación en el punto de venta

- 5.2 Situación dinámica y estática del cliente
- 5.3 Publicidad en el lugar de venta
- 5.4 Puntos fríos y calientes
- 5.5 Distribución de la mercancía
- 5.6 Cuestionario: Principios básicos de la comunicación en el punto de venta

6 Comunicación y escaparatismo

- 6.1 Definición de escaparate
- 6.2 Definición de escaparatista
- 6.3 Principios de percepción visual en escaparatismo
- 6.4 Ejercicio de reflexión
- 6.5 Cuestionario: Comunicación y escaparatismo

7 Elementos que intervienen en la animación de un escaparate

- 7.1 Elementos de ambientación
- 7.2 Revestimientos
- 7.3 Soportes
- 7.4 Perchas y exhibidores
- 7.5 Maniquíes, módulos, banderas y fondos
- 7.6 Displays
- 7.7 Fantasías, demos y platós
- 7.8 Señalizadores, captadores y cartelerías
- 7.9 Ejercicio de reflexión
- 7.10 Cuestionario: Elementos que intervienen en la animación de un escaparate

8 Rotulación y serigrafía

- 8.1 Rotulación y serigrafía
- 8.2 La rotulación como imagen
- 8.3 Sistemas para rotular
- 8.4 Características y técnicas de la rotulación
- 8.5 Etiquetas
- 8.6 Anagramas y logotipos
- 8.7 Ejercicio de reflexión
- 8.8 Cuestionario: Rotulación y serigrafía

9 Localización exterior

- 9.1 La fachada
- 9.2 El toldo
- 9.3 La marquesina
- 9.4 El nombre del establecimiento
- 9.5 La acera como elemento publicitario
- 9.6 El hall de la tienda
- 9.7 El cierre y la puerta
- 9.8 Ejercicio de reflexión
- 9.9 Cuestionario: Localización exterior

10 Adecuación de la imagen del escaparate

- 10.1 Fases de análisis
- 10.2 Ámbito de influencia y público objetivo
- 10.3 Escaparatismo y competencia
- 10.4 Escaparatismo y segmentación del público objetivo
- 10.5 Ejercicio de reflexión

10.6 Cuestionario: Adecuación de la imagen del escaparate

11 Escaparatismo - presupuesto y programación

- 11.1 Introducción
- 11.2 Partidas presupuestarias
- 11.3 Métodos para presupuestar
- 11.4 Programa de exposición de productos
- 11.5 Ejercicio de reflexión
- 11.6 Cuestionario: Escaparatismo, presupuesto y programación

12 Principios básicos para el diseño y montaje de un escaparate

- 12.1 Líneas, volúmenes y superficies
- 12.2 Planificación - La idea
- 12.3 Planificación - El dibujo y el plano
- 12.4 Planificación - Montaje y decorado
- 12.5 Objetivos funcionales del montaje de un escaparate
- 12.6 Principios de utilización y reutilización
- 12.7 Principios de montaje del escaparate
- 12.8 Medios - Elementos estructurales y herramientas de trabajo
- 12.9 Medios - Elementos de fijación
- 12.10 Medios - Pinturas
- 12.11 Medios - Ceras, betún, colas y telas
- 12.12 Cronograma del escaparate I
- 12.13 Cronograma del escaparate II
- 12.14 Ejercicio de reflexión
- 12.15 Cuestionario: Principios básicos para el diseño y montaje de un escaparate

13 Ratios de control y stands

- 13.1 Ratios de control
- 13.2 Indicadores de atracción, convicción y efectividad
- 13.3 Técnicas para elaborar ratios de control
- 13.4 El stand
- 13.5 Ejercicio de reflexión
- 13.6 Cuestionario: Ratios de control y stands

14 El color

- 14.1 Introducción al color
- 14.2 La percepción del color
- 14.3 Cualidades del color
- 14.4 Clasificación de los colores
- 14.5 Armonía y contraste
- 14.6 La psicología del color
- 14.7 Criterios de selección de colores
- 14.8 Ejercicio de reflexión
- 14.9 Cuestionario: El color

15 La iluminación

- 15.1 La iluminación
- 15.2 Lámparas, sistemas y accesorios de iluminación
- 15.3 Aplicación de luz a un local
- 15.4 Sombras y color
- 15.5 Ejercicio de reflexión

15.6 Cuestionario: La iluminación

16 Tipos de clasificaciones

- 16.1 Escaparates según su ubicación
- 16.2 Escaparates según su estructura
- 16.3 Escaparates según su presentación
- 16.4 Escaparates según su función
- 16.5 Escaparates según su producto
- 16.6 Escaparates según su género
- 16.7 Ejercicio de reflexión
- 16.8 Cuestionario: Tipos de clasificaciones
- 16.9 Cuestionario: Cuestionario final

MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

1 Condicionantes del marketing

- 1.1 Qué es el marketing
- 1.2 El consumidor
- 1.3 La demanda
- 1.4 El comprador
- 1.5 El mercado - Segmentación
- 1.6 Marketing-mix
- 1.7 Cuestionario: Condicionantes del Marketing

2 Estudio de mercados

- 2.1 Universo y muestra
- 2.2 Selección del medio
- 2.3 Realización y conteo
- 2.4 Interpretación de la información
- 2.5 Parámetros estadísticos
- 2.6 Cuestionario: Estudio de mercados

3 El mercado

- 3.1 Concepto de producto
- 3.2 Cualidades de los productos
- 3.3 Importancia del conocimiento del producto
- 3.4 Clasificación de los productos
- 3.5 Ciclo de vida del producto
- 3.6 Reposicionamiento del producto
- 3.7 Obsolescencia planificada
- 3.8 Estacionalidad
- 3.9 Productos diferenciados y de competencia perfecta
- 3.10 Producto puro y producto añadido
- 3.11 Competencia directa y producto sustitutivo
- 3.12 La importancia de la marca
- 3.13 Gama y línea de producto
- 3.14 Cuestionario: El mercado

4 Política de productos

- 4.1 Línea y artículo
- 4.2 Estrategias de marca
- 4.3 Estrategias de empaquetamiento
- 4.4 Posicionamiento estratégico en el mercado
- 4.5 Políticas de marketing
- 4.6 Cuestionario: Política de productos

5 Política de precios

- 5.1 Fijación de precios
- 5.2 Política de precios y CVP
- 5.3 Tácticas de introducción de precios
- 5.4 Descuentos bonificaciones y rappels
- 5.5 Cuestionario: Política de precios

6 Política de distribución

- 6.1 Que es la distribución
- 6.2 Venta directa
- 6.3 Venta con intermediarios
- 6.4 Canales de distribución
- 6.5 Tipos de distribución
- 6.6 Selección del canal
- 6.7 Distribución física de mercancías
- 6.8 Cuestionario: Política de distribución

7 La comunicación

- 7.1 Naturaleza y definición
- 7.2 Tipos de comunicación
- 7.3 Elementos del proceso de la comunicación
- 7.4 El proceso de comunicación
- 7.5 Problemas de la comunicación
- 7.6 Personalidades de los actores de la comunicación
- 7.7 Interacción de caracteres
- 7.8 Comportamientos
- 7.9 Las comunicaciones
- 7.10 La comunicación en la venta
- 7.11 La comunicación oral
- 7.12 Características de la comunicación oral
- 7.13 Normas para la comunicación oral efectiva
- 7.14 Reglas para hablar bien en público
- 7.15 La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
- 7.16 Cuestionario: La comunicación

8 Política de comunicación

- 8.1 Elementos estratégicos de la política de comunicación
- 8.2 Seguimiento de la comunicación
- 8.3 Presupuesto de comunicación
- 8.4 Composición de la mezcla de comunicación
- 8.5 Cuestionario: Política de comunicación

9 Publicidad

- 9.1 Publicidad
- 9.2 Establecimiento de metas y objetivos

- 9.3 Decisiones respecto al presupuesto
- 9.4 Decisiones respecto al mensaje
- 9.5 Decisiones respecto al medio
- 9.6 Evaluación y planificación de la campaña
- 9.7 Cuestionario: Publicidad

10 Promoción - relaciones públicas y merchandising

- 10.1 Programa de promociones
- 10.2 Relaciones públicas
- 10.3 Merchandising
- 10.4 Cuestionario: Promoción, relaciones públicas y merchandising

11 El perfil del vendedor

- 11.1 Introducción
- 11.2 Personalidad del vendedor
- 11.3 Clases de vendedores
- 11.4 Los conocimientos del vendedor
- 11.5 Motivación y destreza
- 11.6 Análisis del perfil del vendedor
- 11.7 El papel del vendedor
- 11.8 Cuestionario: El perfil del vendedor

12 La fachada del punto de venta

- 12.1 Introducción
- 12.2 La fachada
- 12.3 El escaparate
- 12.4 Señalización exterior
- 12.5 Cuestionario: La fachada del punto de venta

13 El espacio de venta

- 13.1 Introducción
- 13.2 Definición de las secciones
- 13.3 Las zonas en la sala de ventas
- 13.4 Localización de las secciones
- 13.5 La elección del mobiliario
- 13.6 Cuestionario: El espacio de venta

14 La venta como proceso

- 14.1 Introducción
- 14.2 El proceso de compra-venta
- 14.3 El consumidor como sujeto de la venta
- 14.4 El comportamiento del consumidor
- 14.5 Motivaciones de compra-venta
- 14.6 Cuestionario: La venta como proceso

15 Características y hábitos del consumidor habitual

- 15.1 Introducción
- 15.2 Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial
- 15.3 Tipos de compras
- 15.4 Principales instrumentos de conocimiento del consumidor
- 15.5 Cuestionario: Características y hábitos del consumidor habitual

16 Tipología de la venta

- 16.1 Tipología según la pasividad - actividad
- 16.2 Tipología según la presión
- 16.3 Tipología según la implicación del producto
- 16.4 Tipología según el público y forma de venta
- 16.5 Cuestionario: Tipología de la venta

17 Técnicas de ventas

- 17.1 Introducción
- 17.2 Fases de la venta
- 17.3 Contacto y presentación
- 17.4 Sondeo
- 17.5 Argumentación
- 17.6 La entrevista
- 17.7 Material de apoyo
- 17.8 El cierre de la venta
- 17.9 El seguimiento
- 17.10 Cuestionario: Técnicas de venta

18 Estrategia de ventas

- 18.1 Previsión de ventas
- 18.2 Método de encuesta de intención de compra
- 18.3 Presentación del presupuesto de ventas
- 18.4 Organización y estructura de ventas
- 18.5 Personal de ventas
- 18.6 Cuestionario: Estrategia de ventas

19 Merchandising

- 19.1 Merchandising
- 19.2 Tipos de merchandising
- 19.3 Gestión del surtido
- 19.4 Gestión estratégica del lineal
- 19.5 Rentabilidad directa del producto
- 19.6 Cuestionario: Merchandising
- 19.7 Cuestionario: Cuestionario final