

Objetivos

1. Diseñar una estrategia comercial basada en los diferentes tipos de ventas cruzadas para optimizar los beneficios de la empresa.
2. Comprender la importancia de las nuevas tecnologías en la aplicación de las ventas cruzadas.
3. Conocer las principales herramientas de marketing para lograr conseguir ventas cruzadas.
4. Identificar y valorar las bondades de cada tipo de venta y proceso comercial en función de los objetivos comerciales que se quieran lograr.
5. Identificar qué tipo de vendedor somos para adecuar las técnicas de venta apropiadas según el momento en el que estemos de la venta cruzada.

Parámetros de evaluación

1. Conocer que es la cuota de mercado y valorar la importancia de las ventas para lograr alcanzarla.
2. Conocer que significa la cuota cliente y como contribuye a la misma las ventas cruzadas.
3. Conocer, entender y cómo aplicar el cross selling.
4. Conocer, entender y cómo aplicar el cross selling. Diferenciar entre cross y up selling.
5. Influencia de las ventas cruzadas en la generación del valor añadido.
6. Aprender a fidelizar clientes utilizando las ventas cruzadas.
7. Entender cómo pueden influir las ventas cruzadas en la permanencia de los clientes.
8. Saber diferenciar que es un CRM de una ERP y como contribuyen a las ventas.
9. Saber por qué los datos de los clientes son tan importantes para la empresa.
10. Aprender a mantener relaciones con los clientes en el entorno on line.
11. Entender el funcionamiento de las APP para obtener mayores ventas.
12. Qué son y cómo funcionan los universos temáticos.
13. Qué son y cómo se diseña un cluster.
14. Cuando diseñar packs y por qué son rentables para las empresas.
15. Conocer las características fundamentales de una promoción. Qué es el ROI.
16. Conocer y saber utilizar la venta tradicional.
17. Conocer y saber utilizar la venta consultiva.
18. Definir y reconocer la importancia de cada etapa del proceso comercial.
19. Reconocer que tipo de vendedor somos y qué tipo de características y cualidades nos identifican.
20. Que aspectos debe trabajar un vendedor para lograr ventas cruzadas en el proceso de la venta.
21. Conocer las principales técnicas de venta y saber utilizarlas en la venta cruzada.
22. Cómo mantener una relación con el cliente para potenciar las ventas.

Programa

Unidad 1. Ventas cruzadas: Cross Selling y Up Selling.

1. La estrategia comercial de la empresa: cuota de mercado y cuota de cliente.
2. Ventas cruzadas: cross selling & up selling.
 - 2.1 Cross selling.
 - 2.2 Up selling.
3. Las ventas cruzadas como estrategia de fidelización.

Unidad 2. Tecnología aplicada a las ventas cruzadas.

1. Tecnología aplicada a las ventas cruzadas.
2. CRM y ERP.
3. Big Data.
4. Interactividad.

5. APP.

Unidad 3. El marketing en las ventas cruzadas.

1. El marketing en las ventas cruzadas.
2. Los universos temáticos.
3. Los cluster.
4. Los packs.
5. Las promociones.
6. Las tarjetas de fidelización.

Unidad 4. Las ventas cruzadas según el proceso comercial.

1. Las ventas cruzadas según el proceso comercial.
2. Factores a considerar en el proceso de la venta cruzada.

Unidad 5. Técnicas de venta aplicadas a la venta cruzada.

1. La importancia del vendedor en las ventas cruzadas: técnicas de venta aplicadas a la venta cruzada.
2. Tipología y perfil del vendedor.
 - 2.1 Funciones del vendedor.
 - 2.2 Clasificación del vendedor.
3. La preventa, la venta y la postventa.
4. Aplicación de técnicas de venta a la venta cruzada.
 - 4.1 Saber preguntar.
 - 4.2 Saber escuchar.
 - 4.3 Utilizar el lenguaje verbal.
 - 4.4 Utilizar el lenguaje no verbal.
 - 4.5 Tener persuasión.

Material desarrollado por

Alvaro Castro Espejo

FORMADOR EN HABILIDADES DIRECTIVAS, MARKETING Y VENTAS. ESPECIALISTA EN CREAR Y DESARROLLAR MODELOS DE NEGOCIO

Experiencia profesional

Presentador del programa Málaga Empresarial (Canal Málaga RTV) 2020 - Actualidad.

CEO (Compañía de Marketing) 2006 - Actualidad.

Consultor Senior (ADECCO Group) 2006 - Actualidad.

Socio Director (Administro tu Finca) 2013 - Actualidad.

Responsable de Promoción y Difusión del Día Internacional del Marketing (DIM Fan's Leader) 2018 - 2020.

Promotor, Fundador y Presidente (Club de Marketing Málaga) 2009 - 2012.

Coach (ICEP, Instituto de Cooperación y Excelencia empresarial). 2009 - 2012.

Competencia docente

Profesor del título superior en Dirección y Marketing (ESIC Business & Marketing School).

Formador (ADECCO Group).

Profesor y Coordinador Académico (Escuela de Ventas Almería).

Formación académica

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad de Málaga).

Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (ESIC).

GESCO, Dirección Comercial y Marketing (ESIC).