



## EL PROCESO DE LA VENTA

La actividad de ventas es la única generadora directa de efectivo dentro de las demás tareas que realiza una empresa. Esto hace que sea un punto neurálgico en el que las directivas concentran su atención y esfuerzo para obtener los resultados que se proponen y así brindar sostenibilidad al negocio. Sin embargo, en muchos casos estos esfuerzos no rinden los frutos esperados debido a procesos empíricos o a la ausencia de procesos (planeación, coordinación, control y evaluación) organizados que permitan ejecutar de la actividad comercial; de manera más segura.

De igual manera, es fundamental que el aprendiz se apropie asertivamente de conceptos, estrategias y buenas prácticas que le permitan lograr altos estándares de eficiencia a través del desarrollo de sus potencialidades y puesta en práctica de los conocimientos orientados en la formación.

Esta formación complementaria pretende brindar a las personas vinculadas con el sector productivo herramientas para realizar un proceso de ventas de manera organizada y así lograr los objetivos propuestos.

El SENA ofrecerá el programa PROCESO DE VENTA, con elementos de formación profesional, social, cultural y tecnológica. Centrada desde el hacer, incorporando los elementos cognitivos y actitudinales para desarrollar en el aprendiz competencias técnicas, cognoscitivas y comportamentales que lo acreditan y lo hacen pertinente y coherente con su misión, innovando permanentemente de acuerdo con los cambios tecnológicos, tendencias, necesidades del sector empresarial y de los mismos trabajadores. Impactando positivamente en la productividad, la competitividad, la equidad y el desarrollo del país.

### Contenido

- Contexto y categorización de productos.
- Línea y mezcla de productos
- Proceso y desarrollo nuevos productos
- Imagen corporativa
- Manual de imagen corporativa
- Generalidades segmentación de mercados
- Premisas para segmentar un mercado
- Métodos para medir la segmentación
- Proceso de negociación
- Estrategias y tácticas de negociación
- Contrato y normas



## Habilidades que Desarrolla

- Implementar el plan promocional.
- Seleccionar los elementos físicos de la promoción.
- Asignar los recursos para las actividades de la estrategia promocional por segmento.
- Informar a los grupos de apoyo la estrategia promocional de venta.
- Coordinar el equipo de ventas para que el mensaje promocional llegue a los segmentos con las características establecidas y en la cobertura geográfica definida.
- Validar portafolio de productos y marcas.
- Verificar la segmentación de los mercados

## Requisitos de Ingreso

Se requiere que el aprendiz tenga buenos hábitos de lectura, acceso a Internet y tecnología como computador. Además dominio de los elementos básicos relacionados con el manejo de herramientas informáticas y de comunicación: correo electrónico, software para ofimática, navegadores.

*Inscríbese aquí!* 