



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

## **POSGRADO EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y VENTAS**

# **GUÍA DOCENTE DE EL PROCESO DE VENTA**

**[2020-21]**

## DATOS GENERALES

<b>Nombre del módulo:</b>	El Proceso de Venta
<b>Curso:</b>	2020-2021   Segundo cuatrimestre
<b>Titulación:</b>	Posgrado en Dirección Comercial y Ventas
<b>Número de créditos (ECTS):</b>	6
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Enero de 2021
<b>Profesor Responsable:</b>	Prof. Ricardo Aguirreche Prof. David Hernández

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura El Proceso de Venta va dirigida al alumnado que pretenda acercarse en su desarrollo profesional a la actividad comercial y quiera obtener amplios conocimientos relativos a la misma desde la búsqueda de clientes al cierre de oportunidades de venta. En su desarrollo, la asignatura trata de dar a conocer las metodologías y las herramientas que se utilizan actualmente y desarrollar ejemplos prácticos.

## 2. OBJETIVOS

- Reconocer la importancia de una correcta gestión comercial en el éxito de una empresa.
- Dominar las fases habituales de un proceso de compraventa y los aspectos claves sobre los que se ha de incidir en cada uno de ellos.
- Buscar y desarrollar hasta su cierre exitoso oportunidades de venta en mercados seleccionados.

## 3. CONTENIDOS

TEMA 1. Conocimiento del mercado objetivo. Segmentación

---

TEMA 2. Prospección

---

TEMA 3. Preparación de visitas

---

TEMA 4. Cualificación

---

TEMA 5. Presentación de la propuesta de valor

---

TEMA 6. Tratamiento de objeciones

---

TEMA 7. Negociación y cierre

---

## TEMA 1. Conocimiento del mercado objetivo. Segmentación

### Resultados del aprendizaje

El alumnado, una vez expuesto en clase y trabajado este tema, será capaz de:

- Identificar las diferentes fuentes de oportunidades.
- Segmentar el mercado objetivo y realizar una aproximación por sectores.
- Utilizar eficientemente las distintas herramientas y metodologías aplicables.

### Contenido

1. Segmentación. Una aproximación inteligente.
2. Adquisición y utilización del conocimiento de un sector.
3. Fuentes de oportunidades.

## TEMA 2. Prospección

### Resultados del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Encontrar sus propias oportunidades.
- Aproximarse correctamente a los contactos objetivo.
- Proponer y conseguir visitas de interés.

### Contenido

1. Generando interés en el cliente.
2. Llamadas telefónicas eficientes.
3. Filtros.

## TEMA 3. Preparación de visitas

### Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Obtener la información y conocimientos adecuados para abrir oportunidades en la visita.
- Estructurar una aproximación adecuada a la visita.

### Contenido

1. Utilizando la información de la segmentación.
2. Capturando información específica. Necesidades conocidas e inducidas.
4. Preparando la cualificación.

## TEMA 4. Cualificación

### Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Comprender necesidades y áreas de mejora declaradas por el cliente en relación con su negocio.
- Proponer e inducir áreas adicionales de mejora.
- Identificar criterios y proceso de decisión del cliente.
- Definir y valorar los beneficios que el cliente obtendrá satisfaciendo sus necesidades y áreas de mejora.

### Contenido

1. Técnicas de cualificación.
2. La razón para actuar.
3. Impacto de necesidades en el árbol de poder.
4. Transformando necesidades en beneficio y urgencia.
5. Generación de valor. Definiendo la propuesta de valor.

## TEMA 5. Presentación de la propuesta de valor

### Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Hacer propuestas que expongan el valor de las mismas en términos del negocio del cliente.
- Presentar adecuadamente las mismas.

- Justificar el retorno de la inversión propuesta.
- Diferenciarse de la competencia.
- Caminar con éxito hacia el cierre.

## Contenido

1. Creación de la propuesta de valor. Componentes.
2. Presentación de la propuesta de valor. Modelo.
3. Definición de pasos hacia el cierre.

## TEMA 6. Tratamiento de objeciones

### Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Detectar y gestionar correctamente objeciones del cliente a la propuesta de valor.
- Utilizar diferentes técnicas de manejo de objeciones a lo largo del proceso de venta.
- Eliminar los obstáculos previos a la negociación y el cierre.

### Contenido

1. Tipos de objeción.
2. Gestionando la objeción.
3. Preparando el camino a la negociación.

## TEMA 7. Negociación y cierre

### Resultado del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar el contexto de negociación y aplicar la estrategia adecuada.
- Identificar el escenario correcto para llevar el proceso de venta al cierre.
- Reconocer los mensajes del cliente que indican la intención de compra.
- Gestionar esos mensajes para llevar a cabo el cierre.
- Aplicar las técnicas básicas de cierre.

### Contenido

1. Cuadrante de negociación.
2. El idílico *win-win*.
3. Señales de compra.

4. Actitudes del vendedor y el comprador ante el cierre.
5. Chequeo de intenciones.
6. Condiciones para el cierre.
7. Momento de cierre.
8. Simples técnicas de cierre.

## 4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La metodología de enseñanza y aprendizaje se desarrolla a partir de breves explicaciones teóricas que introducen ejemplos y casos que facilitan la aplicación inmediata de los contenidos tratados en cada tema al puesto de trabajo. El despliegue del modelo Learning by doing, basado en la capacitación experiencial, permite obtener aprendizajes orientados a la acción.

Ello se lleva a cabo a través de la participación en clase y el intercambio de experiencias entre los asistentes, así como a través de ejercicios y dinámicas de diverso impacto. Dicho enfoque promueve el análisis y resolución de los contenidos de los que constan las materias, teniendo en cuenta las diferentes ópticas y perspectivas, convirtiéndose ésta en una fórmula altamente didáctica para la comprensión y asimilación de cada una de las temáticas.

## 5. EVALUACIÓN

Los programas Executive Modular Education están basados en un modelo de evaluación por competencias, en el cual se valora el progreso del alumnado en la consecución de los objetivos planteados en el programa de estudios. La calificación final se calculará haciendo la media aritmética de las notas obtenidas en los diferentes casos prácticos, ejercicios y/o presentación de trabajos prácticos realizados individual o colectivamente.

Esta asignatura se evalúa mediante la realización de un ejercicio de Segmentación y Prospección y la realización y presentación de una Propuesta de Valor sobre la oportunidad desarrollada en el caso práctico.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### 6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce. *Obtenga el sí: el arte de negociar sin ceder*. Barcelona: Gestión 2000, 2011. ISBN 9788498751079.
- Malhotra, Deepak; Bazerman, Max H. *El negociador genial: cómo obtener grandes resultados en la mesa de negociación, y más allá*. Barcelona: Empresa Activa, 2008. ISBN 9788496627536.
- Malhotra, Deepak. *Negociar lo imposible: cómo destrabar y resolver conflictos difíciles (sin dinero, sin fuerza)*. Madrid: Empresa Activa, 2016. ISBN 9788492921546.

### 6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Blount, Jeb. *Fanatical prospecting: the ultimate guide to opening sales conversations and filling the pipeline by leveraging social selling, telephone, email, text, and cold calling*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2015. ISBN 9781119144755.
- Rackham, Neil. *Spin selling*. New York: McGraw-Hill, 1988. ISBN 9780070511132.
- Dixon, Matthew; Adamson, Brent. *The challenger sale: taking control of the customer conversation*. New York: Portfolio, 2011. ISBN 9781591844358.
- Voss, Chris. *Rompe la barrera del no: 9 principios para negociar como si te fuera la vida en ello*. Barcelona: Conecta, 2016. ISBN 9781591844358.