

## Estrategia y Acciones de Venta Cruzada



**Área:** Comercial y Marketing

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 20 h

**Precio:** 140.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

### OBJETIVOS

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.

### CONTENIDOS

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.

### METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

## REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 8 o superior, Mozilla Firefox 52 o superior o Google Chrome 49 o superior. Todos ellos tienen que tener habilitadas las cookies y JavaScript.
- Resolución de pantalla de 1024x768 y 32 bits de color o superior.