

# Índice

<b>Prólogo</b> .....	9
<b>Reconocimientos</b> .....	13
<b>PRIMERA PARTE. LAS TÉCNICAS FINANCIERAS EN LAS VENTAS</b>	
<b>1. Las ventas hoy</b> .....	17
El entorno del márketing.....	18
La naturaleza cambiante de la actividad vendedora .....	19
El papel cambiante de los equipos de ventas .....	22
Las nuevas aptitudes requeridas.....	23
<b>2. Cómo mejorar la actuación de la empresa</b> .....	25
El funcionamiento de las finanzas en una empresa .....	27
Cómo reflejar la actuación de la empresa .....	27
El balance.....	29
La cuenta de pérdidas y ganancias .....	33
Cómo medir la actuación de la empresa .....	35
Repercusiones financieras del negociador de las ventas .....	42
Cash flow .....	42
Presupuesto de tesorería .....	43
Algunos términos financieros básicos .....	44
<b>3. Cómo mejorar los beneficios de los clientes</b> .....	47
Cómo analizar las cuentas de los clientes .....	47
Cómo analizar las necesidades comerciales del cliente .....	50
Cómo preparar y presentar las ventajas financieras.....	53
La utilización de los conocimientos financieros como ayuda tanto para el comprador como para el vendedor.....	54
¿Qué sabe el vendedor? ¿Qué necesita saber? .....	58
Conclusión.....	59

<b>4. Los costes como ayuda para las ventas</b> .....	61
Definición de los costes .....	61
Asignación de los costes .....	62
Gráfico del umbral de rentabilidad .....	63
Cómo trazar los gráficos del umbral de rentabilidad .....	65
Conclusión .....	70
<b>Apéndice a la primera parte</b> .....	73
 <b>SEGUNDA PARTE. LAS TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN</b>	
<b>Introducción</b> .....	79
 <b>5. ¿Por qué negociar?</b> .....	81
Naturaleza de las técnicas de venta .....	82
¿Qué es vender? .....	83
Intensidad de la necesidad de vender de una empresa .....	84
Intensidad de la necesidad de vender del vendedor .....	84
Las circunstancias que rodean a la negociación .....	85
¿Qué es la negociación? .....	87
El papel comercial de la negociación .....	87
El punto de vista del comprador .....	87
Perspectiva de los precios .....	88
Conclusión .....	89
Ejemplo de negociación entre un vendedor formado con métodos tradicionales y un comprador altamente cualificado ....	89
 <b>6. El comportamiento del comprador</b> .....	111
Los diferentes niveles de las relaciones de negociación .....	112
La personalidad y filosofía de la empresa .....	112
Triunfar o evitar el fracaso .....	114
Estilos de liderazgo .....	114
El perfil de la empresa .....	115
Grupos responsables de las decisiones de compra .....	115
¿Dónde reside el poder? .....	116
 <b>7. El papel del comprador</b> .....	119
La interacción comprador/vendedor .....	120
La interacción en la negociación .....	120
¿Cuáles son los objetivos del comprador? .....	121
¿Cuáles son las tácticas del comprador? .....	121
Conclusión .....	123

<b>8. Cómo planificar la negociación</b> .....	125
Desarrollo de la estrategia de la empresa .....	125
Planificación del cliente .....	127
Planificación de la negociación: valoración de las necesidades ...	128
Control de la negociación .....	131
<b>9. La dirección de las negociaciones</b> .....	145
¿Cuáles son los principales elementos estratégicos de la negociación? .....	145
Tácticas de la negociación.....	147
Conclusión.....	151
Ejemplo de negociación entre un comprador bien capacitado y un vendedor conocedor de las técnicas de la negociación.....	159
<b>10. Cómo hacer presentaciones eficaces</b> .....	185
Punto de vista del oyente .....	190
Planificación de la presentación .....	193
Cómo dirigir la presentación: el inicio .....	196
Cómo dirigir la presentación: el desarrollo .....	199
Cómo dirigir la presentación: el final.....	203
<b>11. Cómo desarrollar las habilidades negociadoras</b> .....	209
Cursos externos .....	210
Cómo organizar un programa/taller en la empresa.....	212
Conclusión.....	216
<b>Apéndice. Preparación de la negociación</b> .....	221