

# Contenido

---

<b>Acerca del autor</b>	ix
<b>Prefacio</b>	xi
<b>Introducción</b>	1
<b>Capítulo 1. Los viajes como un producto</b>	5
Los viajes como un producto	5
Mercados de viajes	8
Vendedores de viajes	11
Mercadotecnia de los viajes	17
Los elementos de la mercadotecnia	17
Conceptos clave	20
Preguntas de repaso	20
<b>Capítulo 2. Principios de la mercadotecnia</b>	27
Mercadotecnia: una definición	27
La conducta al comprar	28
El compromiso racional	29
El compromiso financiero	30
El compromiso emocional	30
Factores que influyen en la venta	31
Cuatro fases de la conducta de compra	34
Las leyes de la mercadotecnia	38
Conceptos clave	39
Preguntas de repaso	39
<b>Capítulo 3. Planeación del mercado</b>	43
Planeación del mercado	43
Estudio del mercado	45
Análisis del cliente	46
Establecimiento del mercado meta	48
Presupuesto de mercadotecnia	51
Análisis de los medios	52
Asignación del presupuesto para gastos en los medios publicitarios	56
Planeación de los medios publicitarios	57
Relaciones públicas	58
Conceptos clave	59
Preguntas de repaso	60

<b>Capítulo 4. Preparación para la venta</b>	67
Preparación para la venta	67
Actitudes positivas para vender	68
El estrés en la agencia de viajes	74
Cómo enfrentarse al estrés	76
Evaluación de su amor propio	81
Conceptos clave	84
Preguntas de repaso	85
<b>Capítulo 5. Estilo de ventas</b>	89
Estilo de ventas	89
Vocabulario de ventas	90
Lenguaje corporal	91
Interrogatorio efectivo	97
Forma efectiva de escuchar	98
Análisis efectivo	99
Conceptos clave	102
Preguntas de repaso	102
<b>Capítulo 6. Cómo calificar al cliente</b>	107
Cómo calificar al cliente	107
Establecimiento de la afinidad ( <i>rapport</i> )	108
Determinación de las necesidades del cliente	112
Determinación del nivel de precios	118
Identificación de obstáculos	118
La importancia de la venta personal	119
Conceptos clave	120
Preguntas de repaso	120
<b>Capítulo 7. Cierre de la venta</b>	125
Cierre de la venta	125
Cómo instruir al cliente	127
Superación de los obstáculos	128
Cómo estimular la respuesta	129
Presentación del cierre	131
Seguimiento	132
Conceptos clave	133
Preguntas de repaso	134
<b>Capítulo 8. Ventas efectivas por teléfono</b>	137
Ventas efectivas por teléfono	137
Comunicación verbal	138
Control de llamadas telefónicas de los clientes	142
Conceptos clave	144
Preguntas de repaso	144

<b>Capítulo 9. Cómo hacer la venta de un viaje</b>	153
Cómo hacer la venta de un viaje	153
Anatomía de una venta	154
El cliente que no puede establecer un compromiso	162
Cómo abordar las quejas	164
Conceptos clave	166
Preguntas de repaso	166
<b>Capítulo 10. Ventas fuera de la agencia</b>	173
Ventas fuera de la agencia	173
La llamada para concertar una cita	174
Identificación de los posibles usuarios	174
La visita imprevista o en frío	175
Llamadas para concertar citas	175
Preparativos para la cita	178
La presentación de ventas	179
Hábitos efectivos para escuchar	180
Seguimiento	181
Conceptos clave	181
Preguntas de repaso	182
<b>Guía de estudio</b>	185
<b>Glosario</b>	217
<b>Índice</b>	225