



# FORMACIÓN

Catálogo de Cursos



## **EXPERTO EN TECNICAS DE VENTA Y ADMINISTRACION COMERCIAL**

Sector: COMERCIO

CONVOCATORIA ABIERTA. Si está interesado en este curso, por favor, consulte las fechas.

Modalidad: ONLINE

Duración: 60.00 horas

Objetivos:

El objetivo es mejorar las estrategias de venta y la gestión de un comercio, consiguiendo la satisfacción de los clientes, y para aprender cómo administrar un comercio desde en el ámbito profesional.

Contenidos:

TEMA 1. TEORÍAS DE LA VENTA. EL VENDEDOR

Introducción

Teorías de la venta

¿Quién es el/la vendedor/a?

Clases de vendedores/as

Actividades del vendedor/a

Características del buen vendedor/a

Los conocimientos del vendedor/a

La persona con capacidad de persuasión

TEMA 2. EL SERVICIO, ASISTENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE/A

Introducción

La satisfacción del cliente/a

Formas de hacer el seguimiento

El servicio postventa

Asistencia al cliente/a

Información y formación al cliente/a

Tratamiento de las Reclamaciones

Cómo conseguir la satisfacción del cliente/a

Tratamiento de dudas y objeciones

Reclamaciones

Cara a cara o por teléfono

TEMA 3. TIPOS DE VENTAS. LA PLATAFORMA COMERCIAL Y PLAN DE ACCIÓN

Venta directa

Venta a distancia

Venta multinivel

Venta personal

Otros tipos de venta

La plataforma comercial

El/la cliente/a actual

El/la cliente/a potencial

La entrevista de ventas. Plan de acción

Prospección

Concertación de la visita

Claves para que la llamada resulte satisfactoria

Ejecución Física de la carta  
Cómo debe reaccionar el vendedor/a ante las objeciones  
Seis fórmulas para cerrar  
La Despedida  
Venta a grupos  
Venta por Correspondencia  
Venta telefónica  
Venta por Televisión  
Venta por Internet  
TEMA 4. EL PROCESO DE DECISIÓN E INFLUENCIAS DE COMPRA EN EL  
MERCADO  
Introducción  
Reconocimiento del Problema  
Tipos de decisiones  
Búsqueda de información  
La elección del establecimiento  
La elección de la marca  
Compras racionales e irracionales  
Las compras impulsivas  
Evaluación de la postcompra  
Influencias del proceso de compra  
Variables que influyen en el proceso de compra  
La segmentación del mercado  
Criterios de segmentación  
Tipología humana  
Información personal previa que se pide obtener de los/as clientes/as  
Tipologías de los/as clientes/as  
Clasificación sobre tipos de clientes/as  
Motivaciones psicológicas del consumidor/a  
Necesidades fisiológicas  
Necesidades de seguridad  
Necesidades sociales  
Necesidades de reconocimiento/estima  
Necesidades de autoesperación/auto realización  
La teoría de los factores, de Herzberg  
TEMA 5. ELEMENTOS, HABILIDADES Y TÉCNICAS COMERCIALES. LOS CALL  
CENTERS  
Elementos de la comunicación comercial  
Estrategias para mejorar la comunicación  
Comunicación dentro de la empresa  
Dispositivos de Información  
Habilidades sociales y protocolo comercial  
La comunicación verbal  
Comunicación no verbal  
La Comunicación Escrita  
Técnicas y procesos de negociación  
Bases fundamentales de los procesos de negociación  
Las conductas de los buenos/as negociadores/as  
Estrategias y tácticas en la negociación  
Fases de la negociación  
Los Call Centers  
La atención al cliente/a en el siglo XXI  
TEMA 6. COMUNICACIÓN ORAL, EXPRESIÓN ESCRITA Y ESCUCHA EN LA VENTA  
Introducción  
Defectos frecuentes por parte del/la que habla  
Defectos frecuentes por parte del/la oyente  
Leyes de la Comunicación

Principios de la Comunicación  
El proceso de comunicación  
Mensajes que facilitan el diálogo  
La retroalimentación  
Ruidos y barreras en la comunicación  
Cómo superar las barreras en la comunicación  
La expresión oral en la venta  
Cómo llevar a cabo la expresión oral en la venta  
La expresión escrita en la venta  
Las veinte sugerencias para la comunicación escrita  
La escucha en la venta  
Como mejorar la capacidad de escuchar  
Tipos de Preguntas  
La comunicación no verbal  
Emitiendo señales, creando impresiones  
Los principales componentes no verbales  
La asertividad  
Tipología de personas