

## PROGRAMA FORMATIVO

# EXPERTO EN TÉCNICAS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN COMERCIAL

**Código: 2890**

- Contenido para modalidad online.
- 180 horas.

## OBJETIVOS

Formación para la mejorar de 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

## PROGRAMA FORMATIVO

### 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

## PROGRAMA FORMATIVO

- 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

## PROGRAMA FORMATIVO

### 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