

Módulo 1 Técnicas de venta (30 Horas)

AF: 32076

OBJETIVO

El objetivo principal de este curso es enseñar todos los aspectos relacionados con la venta comercial, tanto de productos como de servicios, desde el origen del proceso hasta la consecución del objetivo, así como estudiarlo desde todos los ángulos posibles, es decir, analizando el producto (o servicio) en sí, tipos de venta y sus características, proceso de venta y resolución de dificultades.

Al finalizar el alumno podrá:

Sacar el máximo provecho al producto/servicio que se pretende vender.

Identificar los distintos tipos de venta y diferentes técnicas, para así saber cuál es más conveniente utilizar en cada supuesto.

Resolver y gestionar con habilidad las diferentes dificultades que se puedan presentar en el proceso de venta.

INDICE

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS BÁSICOS Y DISTINTAS TÉCNICAS DE VENTA

Introducción

Mapa conceptual

1.1. El producto y la plataforma de venta

1.1.1. El producto

1.1.2. La plataforma de venta

1.2. El cliente y la atención del mismo

1.2.1. El cliente

1.2.2. La atención al cliente

1.2.2.1. La atención al cliente telefónica

1.3. Tipos de venta

1.3.1. Venta presencial y no presencial

1.3.2. Venta en establecimiento y fuera de él

1.3.3. Venta fría

Resumen

UNIDAD 2. APLICACIÓN TEÓRICA DEL PROCESO DE VENTA

Introducción

Mapa conceptual

Contenido

2.1. Fases del proceso de venta

2.1.1. Acercamiento, desarrollo y cierre

2.2.2. Fases de la venta no presencial

2.2. Preparación previa a la venta

2.3. Aproximación al cliente y análisis del producto

2.4. El argumentario de ventas

Resumen

UNIDAD 3. APLICACIÓN PRÁCTICA DEL PROCESO DE VENTA

Introducción

Mapa conceptual

Contenido

3.1. Presentación y demostración del producto/servicio

3.1.1. Clases de presentación

3.1.2. Diferencias entre producto y servicio

3.1.3. Demostraciones ante un gran número de clientes

3.2. Argumentación comercial

3.2.1. Clases de argumentos

3.2.2. Clases de objeciones

3.3. Refutación de objeciones

3.4. Persuasión a la compra

3.5. Ventas cruzadas

3.5.1. Ventas adicionales

3.5.2. Ventas sustitutivas

3.6. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta

3.6.1. Aptitudes esenciales del comunicador

3.6.2. Obstáculos de la comunicación comercial presencial

3.6.3. Comunicación gestual (no verbal) y sus técnicas

3.7. Técnicas de comunicación no presenciales

3.7.1. Recursos y técnicas

3.7.2. Dificultades en la comunicación no presencial

3.7.3. La sonrisa telefónica

3.7.4. La comunicación comercial escrita

Resumen

BIBLIOGRAFÍA

GLOSARIO