



Aplicación de técnicas de venta (11 horas)



Categoría: [Comercio y marketing](#)

Página del curso:

<https://www.enseñanzadual.com/cursos/aplicacion-tecnicas-venta-11-horas/>

Objetivo

Objetivos:

- Describir y explicar las técnicas básicas de fidelización, analizando los elementos racionales y emocionales que intervienen.
- Describir las cualidades que debe poseer y las actitudes que debe desarrollar un vendedor en las relaciones comerciales ya sea para venta presencial como no presencial.
- Identificar las variables que intervienen en la conducta y las motivaciones de

compra del cliente.

-Describir la influencia del conocimiento de las características del producto o servicio en la venta.

-Especificar formas de provocar distintas ventas adicionales, sustitutivas y/o complementarias.

-A partir de la caracterización de un producto, un supuesto grupo de clientes y empleando, en su caso, las aplicaciones informáticas adecuadas, realizar la presentación del producto o servicio.

-En la simulación de una entrevista con un cliente, a través un determinado canal de comercialización y a partir de información convenientemente caracterizada:

1. Identificar la tipología del cliente y sus necesidades de compra, realizando las preguntas oportunas, utilizando, en su caso, la información suministrada a través de las herramientas informáticas de gestión de clientes.
2. Describir con claridad las características del producto, destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente y utilizando, en su caso, la información suministrada por la herramienta de ayuda al punto de venta (manuales, ayudas electrónicas, Intranet u otros)
3. Mantener una actitud que facilite la decisión de compra.
4. Rebatir adecuadamente las objeciones en función del tipo de cliente y del canal empleado.
5. Evaluar críticamente la actuación desarrollada.

-En la simulación de una entrevista con un cliente supuesto, y a partir de información convenientemente caracterizada:

1. Describir los criterios comerciales para decidir la inclusión de un cliente en el plan de fidelización.
2. Determinar las áreas de actuación dentro de su responsabilidad que singularizan la relación.
3. Aplicar las técnicas de comunicación y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente.
4. Aplicar las técnicas para potenciar el recuerdo y el vínculo del cliente.

Descripción

Presentación y demostración del producto/servicio

- 1.1. Concepto
- 1.2 Tipos de presentación de productos
- 1.3. Diferencias entre productos y servicios

Demostraciones ante un gran número de clientes

- 2.1. Diferencias entre presentaciones a un pequeño y gran número de interlocutores
- 2.2. Criterios a considerar en el diseño de las presentaciones
- 2.3. Aplicaciones de presentación

Argumentación comercial

- 3.1 Tipos y formas de argumentos
- 3.2. Tipos y forma de objeciones

Técnicas para la refutación de objeciones Técnicas de persuasión a la compra Ventas cruzadas

- 6.1. Ventas adicionales
- 6.2. Ventas sustitutivas

Técnicas de comunicación aplicadas a la venta

- 7.1. Aptitudes del comunicador efectivo: asertividad, persuasión, empatía e inteligencia emocional
- 7.2 Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial
- 7.3. La comunicación no verbal: la transmisión de información a través del comportamiento y el cuerpo
- 7.4. Técnicas para la comunicación no verbal a través del cuerpo: manos, mirada, posición, espacio entre interlocutores u otros

Técnicas de comunicación no presenciales

- 8.1. Recursos y medios de comunicación no presencial
- 8.2. Barreras en la comunicación no presencial
- 8.3. Técnicas de comunicación no presencial: La sonrisa telefónica
- 8.4. La comunicación comercial escrita: Cartas y documentación comercial escrita

Información adicional

- Horas: 11
- Online: Si
- Unidades: 8