

CURSO SUBVENCIONADO BAJO LA CONVOCATORIA DE HOBETUZ 2011
“TÉCNICAS DE VENTA”
QUE DA ACCESO AL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD
“OPERACIONES DE VENTA”

Duración: 70 horas presenciales

Coste: Gratuito.

Plazas limitadas. Se adjudicarán las plazas en función de los requisitos establecidos por la convocatoria de Hobetuz.

LUGAR Y FECHAS

En Vitoria

FORMABASK Paseo Salvador Aspiazu, 11 bajo -Vitoria

Fechas De lunes a viernes, de **16:00 a 19:30**, del **7 de Mayo** al **1 de Junio**

Inscripciones Teléfono: 945 200 937 E-mail: araba@formabask.com

En Vizcaya

FORMABASK Parque Tecnológico de Bizkaia- Laida Bidea 206 A 1ª Planta. Zamudio

Fechas De lunes a jueves, de **18:00 a 20:30**, del **14 de Marzo** al **15 de Mayo**

Inscripciones Teléfono: 944 134 011 E-mail: formabask@formagrupo.com

REQUISITOS Y CONDICIONES:

- Estar en posesión de título de Bachiller.
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de Nivel 3.
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de Nivel 2 de la misma familia y área profesional.
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado superior.
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o 45 años.
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.

OBJETIVOS GENERALES:

- Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distintos de Internet.
- Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones.
- Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

CONTENIDOS:

1.- PROCESOS DE VENTA

- Tipos de venta:
 - La venta presencial y no presencial: similitudes y diferencias
 - La venta fría
 - La venta en establecimientos
 - La venta sin establecimiento
 - La venta no presencial: venta telefónica, Internet, catálogo, televenta, otras.
- Fases del proceso de venta: Aproximación al cliente, desarrollo y cierre de la venta. Fases de la venta no presencial. Diferencias y similitudes con la venta presencial
- Preparación de la venta: Conocimiento del producto. Conocimiento del cliente.
- Aproximación al cliente:
 - Detección de necesidades del consumidor
 - Clasificación de las necesidades según distintos tipos de criterios.
 - Hábitos y comportamiento del consumidor: variables internas y externas que influyen en el consumidor.
 - El proceso de decisión de compra
 - Comportamiento del vendedor y consumidor en el punto de venta: perfiles y motivaciones.
 - Observación y clasificación del cliente
- Análisis del producto/servicio:
 - Tipos de productos según el punto de venta y establecimiento.
 - Atributos y características de productos y servicios: Características técnicas, comerciales y psicológicas.
 - Características del producto según CVP (Ciclo de vida del producto)
 - Formas de presentación : Envases y empaquetado.
 - Condiciones de utilización
 - Precio. Comparaciones
 - Marca
 - Publicidad
- El argumentarlo de ventas: Información del producto al profesional de la venta. El argumentario del fabricante. Selección de argumentos de venta.

2.- APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

- Presentación y demostración del producto/servicio: Concepto . Tipos de presentación de productos. Diferencias entre productos y servicios.
- Demostraciones ante un gran número de clientes:
 - Diferencias entre presentaciones a un pequeño y gran número de interlocutores.
 - Criterios a considerar en el diseño de las presentaciones
 - Aplicaciones de presentación

- Argumentación comercial: Tipos y formas de argumentos. Tipos y formas de objeciones
- Técnicas para la refutación de objeciones
- Técnicas de persuasión a la compra.
- Ventas cruzadas. Ventas adicionales. Ventas sustitutivas
- Técnicas de comunicación aplicadas a la venta:
 - Aptitudes de comunicador efectivo: asertividad, persuasión, empatía, e inteligencia emocional
 - Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial
 - La comunicación no verbal: la transmisión de información a través del comportamiento y el cuerpo
 - Técnicas para la comunicación no verbal a través del cuerpo: manos, mirada, posición, espacio entre interlocutores u otros.
- Técnicas de comunicación no presenciales
 - Recursos y medios de comunicación no presencial
 - Barreras en la comunicación no presencial
 - Técnicas de comunicación no presencial: la sonrisa telefónica.
 - La comunicación comercial escrita: Cartas y documentación comercial escrita.

3.- SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

- La confianza y las relaciones comerciales:
 - Fidelización de clientes. Concepto y
 - Relaciones con el cliente y calidad del servicio: clientes prescriptores
 - Servicios post-venta
- Estrategias de fidelización: Marketing relacional. Tarjetas de puntos. Promociones.
- Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing
- Aplicaciones en la gestión de relaciones con el cliente (CRM)

4.-RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE LA VENTA

- Conflictos y reclamaciones en la venta: Tipología: quejas y reclamaciones. Diferencias y consecuencias.
- Gestión de quejas y reclamaciones
 - Normativa de protección al consumidor
 - Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores
 - Documentación y pruebas
 - Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación
 - Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones
 - OMIC: Oficinas municipales de información al consumidor.
- Resolución de reclamaciones: respuestas y usos habituales en el sector comercial. Resolución extrajudicial de reclamaciones
- Juntas arbitrales del consumo

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Prueba Final obligatoria: para certificar el aprendizaje, al final del curso l@s participantes tendrán una prueba final tipo test.