



UF0031. Técnicas de venta.

Sku: PA_UF0031

Horas: 70

Formato: HTML

OBJETIVOS

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

CONTENIDOS

- **Unidad 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 el CVP (Ciclo del vida de producto)
 - Formas de presentación: envases y empaquetado.
 - Condiciones de utilización.
 - Precio. Comparaciones.
 - Marca.
 - Publicidad.
- El argumentario de ventas:
 - Información del producto al profesional de la venta.
 - El argumentario del fabricante.
 - Selección de argumentos de venta.
- **Unidad 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 forma 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 del 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.
- **Unidad 3. Seguimiento y fidelización de clientes.**
 - La confianza y las relaciones comerciales:
 - Fidelización de clientes. Concepto y ventajas.
 - 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 de gestión de relaciones con el cliente (CRM).
 - **Unidad 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: Ventajas y procedimiento.
 - Juntas arbitrales de consumo.