



## 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.