

TÉCNICAS DE VENTA - UF0031

Duración:

70 horas

Modalidad:

Teleformación

Objetivos:

El alto grado de profesionalización que caracteriza a la empresa moderna también se ha extendido al ámbito puramente comercial. Este curso desvela cómo actúan los nuevos vendedores de éxito, empezando por el conocimiento profundo del mismo proceso de venta, descrito paso a paso, y terminando en servicios de atención al cliente, como los de seguimiento y fidelización o los de gestión de quejas y reclamaciones.

Contenidos:

1: Procesos de venta

1.1 Tipos de venta:

- 1.1.1 La venta presencial y no presencial: similitudes y diferencias.
- 1.1.2 La venta fría
- 1.1.3 La venta en establecimientos
- 1.1.4 La venta sin establecimiento
- 1.1.5 La venta no presencial: venta telefónica, internet, catálogo, televenta, otras.

1.2 Fases del proceso de venta

- 1.2.1 Aproximación al cliente, desarrollo y cierre de la venta
- 1.2.2 Fases de la venta no presencial. Diferencias y similitudes con la venta presencial

1.3 Preparación de la venta:

- 1.3.1 Conocimiento del producto
- 1.3.2 Conocimiento del cliente

1.4 Aproximación al cliente

- 1.4.1 Detección de necesidades del consumidor
- 1.4.2 Clasificación de las necesidades según distintos tipos de criterios.
- 1.4.3 Hábitos y comportamiento del consumidor: variables internas y externas que influyen en el consumidor.
- 1.4.4 El proceso de decisión de compra.
- 1.4.5 Comportamiento del vendedor y consumidor en el punto de venta: perfiles y motivaciones
- 1.4.6 Observación y clasificación al cliente.

1.5 Análisis del producto/servicio:

- 1.5.1 Tipos de productos según el punto de venta y establecimiento
- 1.5.2 Atributos y características de productos y servicios: características técnicas, comerciales y psicológicas.
- 1.5.3 Características del producto según el CVP (Ciclo de vida del producto)
- 1.5.4 Formas de presentación: envases y empaquetado.
- 1.5.5 Condiciones de utilización.
- 1.5.6 Precio. Comparaciones.
- 1.5.7 Marca.
- 1.5.8 Publicidad.

1.6 El argumentario de ventas:

- 1.6.1 Información del producto al profesional de la venta
- 1.6.2 El argumentario del fabricante
- 1.6.3 Selección de argumentos de venta.

2: Aplicación de técnicas de venta

2.1 Presentación y demostración del producto/servicio.

- 2.1.1 Concepto
- 2.1.2 Tipos de presentación de productos

C E R C I O N

- 2.1.3 Diferencias entre productos y servicios
- 2.2 Demostraciones ante un gran número de clientes
 - 2.2.1 Diferencias entre presentaciones a un pequeño y un gran número de interlocutores.
 - 2.2.2 Criterios a considerar en el diseño de las presentaciones
 - 2.2.3 Aplicaciones de presentación
- 2.3 Argumentación comercial:
 - 2.3.1 Tipos y formas de argumentos
 - 2.3.2 Tipos y forma de objeciones
- 2.4 Técnicas para la refutación de objeciones
- 2.5 Técnicas de persuasión a la compra
- 2.6 Ventas cruzadas
 - 2.6.1 Ventas adicionales
 - 2.6.2 Ventas sustitutivas
- 2.7 Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
 - 2.7.1 Aptitudes de comunicador efectivo: asertividad, persuasión, empatía e inteligencia emocional
 - 2.7.2 Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial.
 - 2.7.3 La comunicación no verbal: la transmisión de información a través del comportamiento y el cuerpo.
 - 2.7.4 Técnicas para la comunicación no verbal a través del cuerpo: manos, mirada, posición, espacio entre interlocutores u otros.
- 2.8 Técnicas de comunicación no presenciales:
 - 2.8.1 Recursos y medios de comunicación no presencial.
 - 2.8.2 Barreras en la comunicación no presencial.
 - 2.8.3 Técnicas de comunicación no presencial: la sonrisa telefónica.
 - 2.8.4 La comunicación comercial escrita: Cartas y documentación comercial escrita.

3: Seguimiento y fidelización de clientes:

- 3.1 La confianza y las relaciones comerciales:
 - 3.1.1 Fidelización de clientes. Concepto y ventajas.
 - 3.1.2 Relaciones con el cliente y calidad del servicio: clientes prescriptores.
 - 3.1.3 Servicios post- venta
- 3.2 Estrategias de fidelización
 - 3.2.1 Marketing relacional.
 - 3.2.2 Tarjeta de puntos
 - 3.2.3 Promociones
- 3.3 Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing
- 3.4 Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM)

4: Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta:

- 4.1 Conflictos y reclamaciones de la venta
 - 4.1.1 Tipología: quejas y reclamaciones
 - 4.1.2 Diferencias y consecuencias
- 4.2 Gestión de quejas y reclamaciones
 - 4.2.1 Normativa de protección al consumidor
 - 4.2.2 Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores.
 - 4.2.3 Documentación y pruebas
 - 4.2.4 Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación.
 - 4.2.5 Tramitación: procedimiento y consecuencia de las reclamaciones
 - 4.2.6 OMIC: Oficinas municipales de información al consumidor.
- 4.3 Resolución de reclamaciones
- 4.4 Respuestas y usos habituales en el sector comercial
- 4.5 Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento.
- 4.6 Juntas arbitrales de consumo.

C E R C I O N

Metodología teleformación:

El curso se imparte bajo la modalidad de teleformación, cuya característica es que el proceso de aprendizaje se desarrolla a través de las tecnologías de la información y comunicación telemáticas, posibilitando la interactividad de alumnos, dinamizadores, tutores y recursos situados en distinto lugar.

Las principales características de esta modalidad son:

- **Accesibilidad y flexibilidad:** la plataforma y sus recursos son accesibles las 24 horas del día los 7 días de la semana, desde cualquier lugar, lo que supone un acceso al curso con independencia de la localización.
- **Uso de las tecnologías de la información y comunicación telemática:** implica que el material didáctico, los recursos que facilitan el aprendizaje, el seguimiento del curso y su control y evaluación están en la plataforma de teleformación.
- **Interactividad:** se produce un intercambio de conocimientos y experiencias profesionales sobre la materia entre los alumnos y el teleformador, y entre los alumnos a través de las herramientas de comunicación presentes en la plataforma de teleformación.
- **Autoestudio:** el material didáctico disponible en la plataforma está estructurado en módulos y/o unidades didácticas para facilitar el aprendizaje, pudiendo comprobar en todo momento tu progreso a través de la realización de ejercicios, casos prácticos y pruebas de evaluación que te ayudan a valorar el aprendizaje conseguido.
- **Interacción teórica/práctica:** la metodología utilizada permite el aprendizaje teórico y aplicabilidad práctica de los contenidos.

Los aspectos básicos de la metodología de teleformación son los siguientes:

El alumno recibe su alta en la plataforma de teleformación, con las fechas de inicio y fin y sus claves de acceso.

El centro de formación pone a tu disposición los siguientes recursos humanos:

- **Dinamizador:** que efectúa las labores de seguimiento en el desarrollo del curso por parte del alumno, apoyándole y motivándole en el proceso de enseñanza/aprendizaje dentro del entorno virtual formativo, su acceso se encuentra disponible a través del buzón de la plataforma.
- **Tutor:** experto en la materia a estudiar, encargado de orientar a los alumnos a lo largo del desarrollo del curso, resolviendo sus dudas, y controlando su progreso de aprendizaje, disponible a través del buzón de la plataforma.

Puedes ponerte en contacto con ellos a través del foro y por mensajería.

El material didáctico del curso se encuentra en la plataforma de teleformación.

En la plataforma se incluye una sección donde se pone a disposición del alumno la ficha del curso, metodología de teleformación, los datos de la acción formativa y del centro de formación, la planificación didáctica, calendario de tutorías, sistema de evaluación del aprendizaje, asistencia técnica, etc. Además cuenta con un calendario donde se indican las fechas de inicio de y fin de curso, las fechas orientativas para realizar las pruebas de evaluación y ejercicios, convocatorias de chats etc.

En la plataforma de teleformación, se ponen a disposición del alumno recursos como foros, chat, calendario de eventos, ejercicios, novedades, etc., herramientas que favorecerán tanto la interacción entre el tutor- alumno y alumno- tutor, así como la aplicación práctica de los contenidos teóricos.

Dispondrás además de un manual de uso de la plataforma y de un servicio de asistencia técnica.

C E R C I O N

Organización del material del curso

El curso estructura sus contenidos teóricos según se describe a continuación:

- Contenido didáctico, organizado en Módulos y/o Unidades formativas.
- Glosario y/o bibliografía y/o biblioweb y/o documentación de referencia.

El curso estructura sus contenidos prácticos según los objetivos a alcanzar, pudiendo utilizar una o varias de estas opciones:

- Ejercicios y actividades interactivas, con contenidos prácticos, que además permiten comprobar el grado de comprensión de los mismos.
- Casos prácticos y/o situaciones prácticas y relacionadas con el ejercicio profesional planteados por el teleformador.
- Controles (pruebas de evaluación): herramienta a través de la cual se conoce el grado adquirido de conocimientos.

Recursos de la plataforma de formación:

Además de los contenidos teóricos y prácticos del curso, en la plataforma de teleformación se encuentran los siguientes servicios y recursos:

- Foros: en los que tanto el tutor y los alumnos, como los alumnos entre sí, plantean situaciones, debaten situaciones prácticas, aportan informaciones prácticas, resuelven casos, etc.
- Chats, en los que el tutor y los alumnos, a través de un contacto directo y on-line, abordan temas de interés, aportan experiencias, trabajan los contenidos en grupo, etc.
- Buzón, herramienta básica de conexión alumno-teleformador, y viceversa, para llevar a cabo tanto el servicio de tutoría ofrecido a los alumnos como la gestión de las dudas que planten éstos, tanto para la parte teórica como para la parte práctica.
- Área de Recursos adicionales: donde tutores y alumnos pueden editar información relativa al curso.
- FAQ's: donde se obtiene información sobre las preguntas más frecuentes.
- Informe de progreso: a través del cual se pueden consultar el avance del curso, los resultados de la evaluación de los ejercicios y pruebas de evaluación y así como su nota media.
- Tutor: experto en la materia a estudiar, encargado de orientar a los alumnos a lo largo del desarrollo del curso, resolviendo sus dudas, y controlando su progreso de aprendizaje, disponible a través del buzón de la plataforma.
- Dinamizador: que efectúa las labores de seguimiento en el desarrollo del curso por parte del alumno, apoyándole y motivándole en el proceso de enseñanza/aprendizaje dentro del entorno virtual formativo, su acceso se encuentra disponible a través del buzón de la plataforma.
- Asistencia técnica: responsable de dar soporte informático al alumno, como pueden ser la instalación de programas, solución de problemas de configuración, etc. Su acceso se encuentra en la página de inicio.

C E R C I O N

Evaluación de la formación

La herramienta que se utiliza para evaluar, y a su vez seguir y controlar tu proceso formativo, son los controles que deberán ser realizados en la plataforma, según la programación indicada.

Cuando realizas las pruebas de evaluación, con carácter inmediato podrás ver si tus respuestas son correctas y tu calificación, permitiéndote conocer el grado de éxito alcanzado.

La calificación obtenida en los controles se expresará atendiendo a la siguiente valoración basada en el número de respuestas correctas:

CALIFICACIÓN (APTO):

EXCELENTE 10 ó 9.

BIEN 8 ó 7

ACEPTABLE 6 ó 5

CALIFICACIÓN (NO APTO): 4 o menos.

Evaluación de la calidad de la formación

Con el objeto de evaluar la calidad de la formación, se pone a disposición del alumno de un cuestionario de Evaluación de la calidad que se cumplimentará de forma anónima y voluntaria.

Diploma:

A la finalización del curso se entrega un diploma de realización y/o aprovechamiento del mismo.

El curso se desarrolla en la modalidad de teleformación por lo que es necesario que el estudio del material didáctico se realice a través de esta vía.

Requisitos para la superación del curso, calificación de apto:

- Conexión regular a la plataforma
- Lectura y estudio de los contenidos (material didáctico)
- Realización del 100% de las pruebas de evaluación.

Requisitos para que la formación pueda ser bonificable:

Si tu empresa va a bonificar la formación, los requisitos son los que detallamos a continuación:

- **Conexión a la plataforma del 75% de las horas de duración del curso (la plataforma dispone de un reloj que contabilizará tu tiempo de conexión).**
- **Haber estudiado todo el material didáctico.**
- **Haber realizado el 100% de las pruebas de evaluación.**
- **Descargar las guías del alumno y el cuestionario de satisfacción.**
- **Poner un mensaje de debate sobre un tema de interés relacionado con la temática del curso en el foro general del curso.**
- **Realizar al menos un ejercicio complementario.**
- **Participar al menos una vez en el chat o en las actividades que proponga el tutor.**