



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Técnicas de Ventas para Dependiente de Comercio

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

No se vende más el mejor producto o servicio, sino el que mejor se sabe vender”. Esta máxima, en el mundo de la venta, es simplemente una realidad. Por un pequeño error se puede escapar una venta, de ahí la importancia de conocer las técnicas que dentro del marketing se dirigen a conseguir cerrar una venta. Este curso eminentemente práctico, nos descubre todos los aspectos que un profesional de la venta debe dominar desde la planificación, la comunicación, el contacto, la presentación hasta cómo superar las objeciones o impedimentos que surgen en el proceso de venta. Este curso permite adquirir los conocimientos necesarios para el buen desempeño de un oficio. Se exponen conocimientos generales de la materia, al igual que trata de forma específica, de conceptos imprescindibles para una buena conclusión de trabajos en el mundo laboral. Este curso, pretende consolidar y mejorar los conocimientos sobre el oficio concreto.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 0. TÉCNICAS DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. Estructura del entorno comercial
2. Macroentorno
3. Microentorno
4. Comercio al por menor
5. Comercio al por mayor
6. Agentes
7. Fórmulas y formatos comerciales
8. Evolución y tendencias de la comercialización
9. Estructura y proceso comercial de la empresa
10. Posicionamiento e imagen de marca del producto
11. Normativa general sobre comercio
12. Derechos del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional
2. Clases de vendedor
3. Los conocimientos del vendedor
4. Motivación y destreza
5. Organización del trabajo del vendedor profesional
6. Manejo de herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas
7. Planificación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Documentos comerciales
2. Documentos de pago
3. Documentos propios de la compra-venta

4. Normativa y usos habituales
5. Elaboración de la documentación
6. Aplicaciones informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

1. Operativa básica de cálculo aplicado a la empresa
2. Cálculo de PVP
3. Precio mínimo de venta
4. Precio competitivo
5. Estimación de costes de la actividad comercial
6. El IVA
7. Impuestos especiales
8. Cálculos de descuentos y recargos comerciales
9. Descuentos
10. Recargos comerciales
11. Cálculo de rentabilidad y margen comercial
12. Cálculo de comisiones comerciales
13. Cálculo de cuotas y pagos aplazados
14. Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos
15. Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESOS DE VENTAS

1. Tipos de ventas
2. Fases del proceso de venta
3. La entrevista
4. Preparación a la venta
5. Sondeo
6. Aproximación al cliente
7. Análisis del producto-servicio
8. Argumentario de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTAS

1. Presentación y demostración del producto-servicio
2. Demostraciones ante un gran número de clientes
3. Argumentación comercial
4. Técnica para la refutación de objetivos
5. Técnicas de persuasión a la compra
6. Ventas cruzadas
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
8. Técnicas de comunicación no presenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales
2. Estrategias de fidelización
3. Externalización de las relaciones con cliente Telemarketing
4. Aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 8. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE LA VENTA

1. Conflictos y reclamaciones en la venta
2. Gestión de quejas y reclamaciones

3. Resolución de reclamaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de internet
2. Utilidades de los sistemas online
3. Modelos de comercio a través de internet
4. Servidores online

UNIDAD DIDÁCTICA 10. DISEÑO COMERCIAL DE PAGINA WEB

1. El internauta como cliente potencial y real
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas Web
3. Tiendas virtuales
4. Medios de pago en internet
5. Conflictos y reclamaciones de clientes
6. Aplicaciones para el diseño de páginas Web comerciales

UNIDAD DIDÁCTICA 0. DEPENDIENTE DE COMERCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN

1. Introducción
2. La comunicación
3. El proceso de comunicación
4. La comunicación en la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL

1. La comunicación oral
2. Características principales de la comunicación oral

3. Normas para la comunicación oral efectiva
4. Reglas para hablar bien en público
5. Reglas para hablar por teléfono
6. La comunicación no verbal o lenguaje del cuerpo
7. Caso práctico Tema 2

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN ESCRITA

1. La comunicación escrita
2. Normas para una buena comunicación escrita
3. Confección de una carta comercial
4. Tipos de cartas comerciales
5. Medios empresariales más usados en las comunicaciones
6. Caso práctico Tema 3

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PRODUCTO COMO ELEMENTO DE LA VENTA

1. Introducción
2. Cualidades de los productos
3. Importancia del conocimiento del producto
4. Clasificación de los productos
5. Ciclo de vida del producto
6. Caso práctico Tema 4

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL NUEVO VENDEDOR PROFESIONAL

1. Introducción
2. Clases de vendedores
3. Los conocimientos del vendedor
4. Motivación y destreza
5. Análisis del perfil del vendedor

6. El panel del vendedor

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA VENTA Y EL MARKETING

1. Introducción
2. El proceso de decisión de compra
3. El consumidor como sujeto de la venta
4. El comportamiento del consumidor
5. Necesidades y motivaciones de compra
6. Análisis de los diferentes tipos de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS DE VENTA

1. Introducción
2. La entrevista
3. Contacto y presentación
4. Sondeo
5. Argumentación
6. La entrevista
7. Material de apoyo
8. Las objeciones
9. Tratamiento de las objeciones
10. El cierre de la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE STOCKS

1. Conceptos básicos de aprovisionamiento stocks
2. Definición y aspectos básicos del stock
3. Nivel de servicio y coste de ruptura del stock
4. El stock de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CARACTERÍSTICAS Y HABITOS

DEL CONSUMIDOR HABITUAL

1. Introducción
2. Proceso de decisión de compra dentro del establecimiento comercial
3. Tipos de compras
4. Principales instrumentos de conocimiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA FACHADA DEL PUNTO DE VENTA

1. Introducción
2. La fachada
3. El escaparate
4. Señalización exterior

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL ESPACIO DE VENTA

1. Introducción
2. Definición de las secciones
3. Las zonas en la sala de ventas
4. Localización de las secciones
5. La elección del mobiliario



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es