

A background image showing a person's hand using a computer mouse. The image is overlaid with a semi-transparent grey rounded rectangle containing the title. To the right of the rectangle, there is a vertical column of seven white circles of varying sizes, with the largest one at the bottom, resembling a decorative graphic or a list indicator.

Aplicaciones de técnicas de venta en el comercio

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Conocer las distintas técnicas de venta aplicables al comercio y el uso de las mismas en las situaciones habituales en las que tenga lugar el proceso de venta dentro del comercio.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer las características de los distintos tipos de venta: la venta presencial y no presencial, la venta con establecimiento y sin establecimiento.
- Describir y aplicar las técnicas básicas para la fidelización y captación de clientes.
- Describir las capacidades que debe poseer un vendedor, así como las aptitudes que tiene que desarrollar un vendedor.
- Indicar las variables que podemos contemplar en la conducta y motivaciones de un cliente. Saber que estimula al cliente para que compre. Identificar los distintos tipos de conducta, sus miedos e inquietudes y lo que estimula al cliente para
- Conocer todas las fases del proceso de venta mediante la aproximación al cliente, el desarrollo en el que se argumentan las objeciones que plantea el cliente y el cierre de la venta.
- Aplicar las distintas demostraciones del producto atendiendo al tipo de cliente.
- Análisis del producto o servicio atendiendo a cada uno de sus atributos técnicos y comerciales.
- Conocer el argumentario de ventas seleccionando los distintos argumentos de ventas.
- Conocer e identificar los distintos tipos de presentaciones del artículo o producto, así como las diferencias entre los productos y servicios.
- Identificar en qué momento de la fase de argumentación es necesaria la demostración.

- Distinguir los distintos tipos de demostración y el momento y cliente idóneo para realizar la demostración.
- Diferenciar como realizar una demostración de un producto frente a un pequeño y gran número de clientes.
- Capacitar para la realización de presentaciones de productos.
- Conocer la existencia de ventas que se pueden realizar adicionalmente a la del producto que ofrecemos; ventas cruzadas: adicionales y sustitutivas.
- Aplicación de técnicas de comunicación para la venta.
- Identificar los distintos elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- Diferenciar los distintos aspectos de la comunicación verbal y no verbal. Estos aspectos nos pueden ayudar para emplearlos durante una entrevista.
- Realizar técnicas de comunicación telefónica con presencia de la sonrisa.
- Conocer los instrumentos de comunicación escrita.

Contenidos

50 horas	Aplicaciones de técnicas de venta en el comercio
25 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 1: Procesos de venta <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de venta • Fases del proceso de venta • Aproximación al cliente • El vendedor • Análisis del producto o servicio • El argumentario de ventas
25 horas	<ul style="list-style-type: none"> □ Unidad 2: Aplicación de técnicas de venta <ul style="list-style-type: none"> • Presentación y demostración de un producto/servicio • Argumentario • Objeciones del cliente • Técnicas de comunicación • La expresión oral • Medios de comunicación no presenciales • La comunicación comercial escrita: cartas y documentación
50 horas	2 unidades didácticas