



COMT10. Técnicas de venta en el comercio

Objetivos

□ **Objetivo general**

- Aplicar elementos de comunicación, habilidades comerciales y técnicas comerciales de venta en el comercio desde una perspectiva eminentemente práctica, identificando las distintas etapas por las que pasa un proceso de venta, e incluyendo el análisis de los retos que implica la venta en Internet.

□ **Objetivos específicos**

- Aplicar elementos de comunicación, habilidades y técnicas comerciales de venta desde una perspectiva eminentemente práctica.
- Identificar las capacidades, conocimientos y actitudes que constituyen el perfil de un buen vendedor.
- Conocer el proceso de comunicación que alimenta al proceso de venta.
- Identificar las barreras que pueden causar interferencias en el proceso de comunicación comercial y las formas de reducirlas.
- Profundizar en las habilidades necesarias en el vendedor profesional desde el punto de vista del proceso de comunicación verbal y no verbal.
- Conocer técnicas de venta de efectividad demostrada.
- Identificar las distintas etapas por las que pasa un proceso de venta aplicado al comercio de una forma práctica.
- Entender las particularidades de cada tipo de venta y cómo elegir la modalidad o la combinación de ellas que mejor se adapte a la actividad comercial.
- Identificar las funciones del vendedor en cada una de las etapas del proceso.
- Analizar la evolución de la satisfacción y la fidelización a lo largo del proceso.
- Mostrar medios alternativos aplicables para la fidelización del cliente.
- Comprender el papel de internet como herramienta de venta.
- Explorar las oportunidades que plantea el uso de internet como herramienta de venta.
- Analizar los principales factores relevantes de la venta online.
- Comprender la importancia de los datos sobre las transacciones que la venta online pone a disposición de los comercios y su uso como medio de análisis de resultados.

Contenidos

COMT10. Técnicas de venta en el comercio	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Comunicación, habilidades y técnicas de venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El arte de vender en el comercio. <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿El vendedor nace o se hace? ○ Importancia de la traída conocimientos, habilidades, actitud. • Elementos de la comunicación comercial aplicada. <ul style="list-style-type: none"> ○ Identificación y características de los elementos de la comunicación en el comercio: emisor, receptor, mensaje, canal, código y contexto. ○ Identificación de barreras en la comunicación en el comercio. <ul style="list-style-type: none"> ○ Barreras físicas. ○ Barreras semánticas o lingüísticas. ○ Barreras psicológicas y actitudinales. ○ Barreras fisiológicas. ○ Barreras administrativas. ○ Retroalimentación o feedback. • Habilidades comerciales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Habilidades relacionadas con la comunicación verbal. ○ Habilidades relacionadas con la comunicación no verbal. ○ Habilidades relacionadas con los recursos paraverbales. • Técnicas de venta en el comercio. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación y características del modelo aida en el comercio. ○ Aplicación y características del modelo spin en el comercio. ○ Aplicación y características del método snap en el comercio. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 01	1 hora
Tiempo total de la unidad	18 horas
<p>Unidad 2: Etapas de la venta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de ventas en el comercio. Principales características. <ul style="list-style-type: none"> ○ Venta personal. ○ Venta telefónica. ○ Venta online. 	

<ul style="list-style-type: none"> ○ Venta por correo. ○ Venta por máquinas automáticas o vending. • Etapas del proceso de venta en el comercio. <ul style="list-style-type: none"> ○ Preparación de la venta. ○ Uso del sistema CRM (Customer Relationship Management) aplicado al proceso de ventas. ○ Toma de contacto con el cliente. ○ Detección de necesidades. ○ Argumentación para la venta. ○ Tratamiento de las objeciones. ○ Cierre de ventas. ○ Servicio post-venta en el comercio. • Técnicas de fidelización de clientes en el comercio. <ul style="list-style-type: none"> ○ Programas de descuento y promociones. ○ Recompensas más allá de la compra. ○ Aplicación de la gamificación en el comercio. ○ Suscripciones. ○ Otras técnicas de fidelización en el comercio. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 02	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 02	1 hora
Tiempo total de la unidad	20 horas
<p>Unidad 3: Retos en el uso de la red.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retos de la venta en internet. <ul style="list-style-type: none"> ○ Nuevos retos de la era 2.0. ○ La evolución hacia la era 3.0. ○ Captación de clientes a través de la red. • Ventajas competitivas respecto de la competencia. • Factores relevantes de la venta online. • Factores relevantes de la venta online: formas de pago. • Factores relevantes de la venta online: precios. • Factores relevantes de la venta online: logística. • Factores relevantes de la venta online: confianza y reclamaciones. • Análisis de resultados. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Actividad de Evaluación UA 03	45 minutos
Tiempo total de la unidad	11 horas
Examen final	1 hora
3 unidades	50 horas