



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

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