

## (UF0031) TÉCNICAS DE VENTA



**SKU:** PD247

**Horas:** 70

### OBJETIVOS

#### **Objetivos Generales**

- Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distinto de Internet.
- Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos.
- Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

#### **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.
- Conocer las ventajas de fidelizar a un cliente, así como las distintas estrategias a utilizar para la fidelización de los mismos.
- Conocer las técnicas de telemarketing.
- Distinguir los distintos tipos de reclamaciones y las diferencias y consecuencias de las mismas y la importancia de las mismas.
- Gestionar las quejas y reclamaciones de los consumidores y usuarios.
- Conocer la normativa en materia de protección al consumidor.
- Ser capaz de cumplimentar las hojas de reclamaciones y entender el proceso de remisión de las distintas hojas a cumplimentar.
- Conocer la existencia de Oficinas Municipales de Información al Consumidor, indagando sobre las distintas funciones de las mismas.
- Entender el proceso de resolución de reclamaciones extrajudiciales.
- Conocer las Juntas Arbitrales de Consumo.

## DIRIGIDO A

## COMPETENCIAS

## CONTENIDO

### **Unidad 1: Procesos de venta**

- Tipos de venta
- Fases del proceso de venta
- Aproximación al cliente
- El vendedor
- Análisis del producto o servicio
- El argumentario de ventas

### **Unidad 2: Aplicación de técnicas de venta**

- Presentación y demostración de un producto/servicio

- Argumentación
- Objeciones del cliente
- Técnicas de comunicación
- La expresión oral
- Medios de comunicación no presenciales
- La comunicación comercial escrita: cartas y documentación

### **Unidad 3: Fidelización de clientes. Resolución de conflictos y reclamaciones**

- La confianza y las relaciones comerciales
- Externalización de las relaciones con clientes
- Conflictos y reclamaciones en la venta
- Resolución de reclamaciones