



## TÉCNICAS DE VENTA Y PLANIFICACIÓN

---

**DURACIÓN: 30 horas**

### **OBJETIVOS**

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 postventa.

### **CONTENIDOS**

#### 1. Procesos de venta

##### 1.1. Tipos de venta

1.1.1. Venta fría

1.1.2. Venta en establecimiento

1.1.3. Venta sin establecimiento

1.1.4. Venta no presencial

##### 1.2. Fases de la venta

1.2.1. Aproximación al cliente, desarrollo y cierre de la venta

1.2.2. Diferencias y similitudes entre venta presencial y venta no presencial

##### 1.3. Preparación de la venta

1.3.1. Conocimiento del producto

1.3.2. Conocimiento del cliente

##### 1.4. Aproximación al cliente y detección de necesidades

1.4.1. Clasificación de las necesidades

1.4.2. Hábitos y comportamiento

1.4.3. Proceso de decisión de compra



1.4.4. Comportamiento en el punto de venta

1.4.5. Observación y clasificación

1.5. Análisis del producto o servicio

1.5.1. Tipos de productos

1.5.2. Atributos y características del producto o servicio

1.5.3. Formas de presentación

1.5.4. Condiciones de uso

1.5.5. Precio

1.5.6. Marca y publicidad

1.6. Argumentario de ventas

1.6.1. Información del producto al profesional de la venta

1.6.2. Selección de argumentos de venta

2. Aplicación de técnicas de venta

2.1. Presentación y demostración del producto o servicio

2.1.1. Tipos de presentación de productos

2.1.2. Diferencias entre producto y servicio

2.2. Demostraciones ante un pequeño y un gran número de clientes

2.2.1. Criterios que hay que considerar en el diseño de las presentaciones

2.2.2. Aplicaciones de presentación

2.3. Argumentación comercial

2.4. Técnicas para la refutación de objeciones y persuasión a la compra

2.5. Ventas cruzadas

2.6. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta

2.6.1. Aptitudes del comunicador efectivo

2.6.2. Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial

2.6.3. Comunicación no verbal



## 2.7. Técnicas de comunicación no presencial

2.7.1. Recursos y medios

2.7.2. Barreras

2.7.3. Comunicación comercial escrita

## 3. Seguimiento y fidelización de clientes

### 3.1. Confianza y relaciones comerciales

3.1.1. Fidelización de clientes

3.1.2. Relaciones con el cliente y calidad del servicio

3.1.3. Servicios posventa

### 3.2. Estrategias de fidelización

3.2.1. Marketing relacional

3.2.2. Tarjetas de puntos

3.2.3. Promociones

### 3.3. Externalización de las relaciones con los clientes

### 3.4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente

## 4. Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta

4.1 Conflictos y reclamaciones en la venta: Tipología: Quejas y Reclamaciones. Diferencias y consecuencias

4.2 Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones.

4.3 Resolución de reclamaciones: Respuestas y usos habituales en el sector comercial.